

Tahroja paperilla

– pienpainatteiden kustantaminen sähköisen viestinnän valtakunnassa



Christoffer Leka



Tahroja paperilla

*– pienpainatteiden kustantaminen
sähköisen viestinnän valtakunnassa*

© Christoffer Leka
Painotyö & sidonta N-Paino Oy, Lahti

Taiteen maisterin tutkinnon opinnäyte
Graafisen suunnittelun koulutusohjelma
Aalto-yliopisto, Taiteiden ja suunnittelun korkeakoulu
Median laitos, kevät 2014

Johdanto	5
1. Omakustantamisesta	7
1.1. Tuotantovälineet omiin käsiin	7
1.2. Monistettua taidetta	7
1.3. Miksi kustantajaksi?	8
1.4. Itse tehty	9
1.5. Mutta miksi sitten paperi?	14
1.6. Loppupäätelmä omakustantamisesta	18
2. Tour d'Europe	21
2.1 Miten kauniit kirjat syntyvät?	21
2.2 Graafikon ja sarjakuvataiteilijan yhteistyö	22
2.3 Projektin taustoista	22
2.4 Kirja: Tour d'Europe	27
2.4.1 Kansi	27
2.4.2 Kannen kuva	29
2.4.3 Takakannen kuva	30
2.4.4 Muu kannen suunnittelu	30
2.4.5 Pyöräilijähahmot Kaisa + Leka	32
2.4.6 Kirjan alkusivut	32
2.4.7 Kirjan muu sisus	33
2.4.8 Kirjan typografia	36
2.4.9 Kirjan painatus	36
2.5 Kirjan kannen lipare/vyö	37
2.6 Karttaliite	38
2.7 Le Prologue-vihko	38
2.8 Dvi-Chakra Yoga -kortit	41
2.9 Borgå-lippalakki	45
2.10 Voix du Cylisme -sanomalehti/juliste	48
2.10.1 Miksi sanomalehti?	48
2.10.2 Valokuva	49
2.10.3 Location hunting	51
2.10.4 Kuvankäsittely	51
2.10.5 Kalligrafia	51
2.10.6 Painatus	52
2.11 Lehdistö kuvat	52
2.12 Markkinointikampanja	54
2.12.1 Kirjeiden sisällöt	55
2.13 Verkkosivut / Facebook	55
2.14 Vastaanotto	57
2.15 Oma arviointi	58
Lähteet	62

Johdanto

Opinnäytetyössäni tutkin oma- ja pienkustantamista. Keskityn valtavirran ulkopuolisiin paperille painettuihin suomalaisiin sarjakuviin ja pohdin niiden erityisasemaa julkaisukentällä sekä niiden taloudellisia ja taiteellisia mahdollisuuksia.

Pyrin työssäni osoittamaan, että digitaalisen vallankumouksen jälkeinen maailma ei ole, toisin kuin usein kuulee väitettävän, tehnyt paperisista julkaisuista hyödyttömiä eikä niiden asema ole automaattisesti heikentynyt. Vaikka jotkut paperille painetut julkaisut näyttävät käyvän kuolonkamppailua, se ei mielestäni päde kaikkiin paperisiin julkaisuihin.

Olen jakanut tekstin kahteen osaan. Ensimmäisessä käsittelen paperille painettuja pien- ja omakustanteita yleisemmin, toisessa osassa esittelen esimerkin itse toteuttamastani projektista, jossa ensimmäisessä luvussa käsitellyt teemat konkretisoituvat.

1. Omakustantamisesta

1.1. Tuotantovälineet omiin käsiin

Jouluna 1983 lahjalistallani oli vain yksi kohta: oma painokone.

Mutta juhlapäivän vihdoinkin koittaessa koin saman kohtalon kuin niin moni erityislahjakas lapsi ennen minua. Toiveeni erinomaisuutta ei ollut ymmärretty, eikä painokonetta näkynyt. Pettymykseni oli suuri.

Vastoinkäyminen ei kuitenkaan lannistanut minua lopullisesti vaan jatkoin julkaisutoimintaani astetta yksinkertaisemman tekniikan avustuksella: kopiokoneella.

Varhaisessa muistikuvassani on kaksi tärkeää seikkaa, jotka ovat seuranneet mukani aina aikuisikään saakka ja vaikuttaneet kaikkeen taiteelliseen toimintaani.

Ensinnäkin olin jo tuolloin vakuuttunut siitä, ettei taidetta tulisi rajoittaa pelkkiin uniikkeihin teoksiin. Päinvastoin teos saisi lopullisen muotonsa ja sen myötä myös lopullisen arvonsa vasta monistettuna.

Toisekseen olin jo tässä vaiheessa sitä mieltä, että taiteilijalle ei ole hyväksi alistaa tuotantoaan ulkopuolisten tuomareiden arvioinnille, ainakaan siinä vaiheessa kun itse teos ei vielä ole saavuttanut lopullista – painettua – muotoaan. Tuotantovälineiden hallinta oli mielestäni siis jo tuolloin taiteilijalle ehdottoman tärkeää. (Varhainen käsitykseni siitä, että tuotantovälineet olisi myös omistettava itse, voidaan ehkä kuitata nuoruuteen liittyväksi ehdottomuudeksi.)

1.2 Monistettua taidetta

Kuten suurin osa lapsista, myös minä olin innokas piirtelijä. Lapsuuden sarjakuvaharrastus kuitenkin toi ikään kuin automaattisesti minulle

mukanaan myös ajatuksen julkaisemisesta. Sarjakuva ei ollut oikea sarjakuva, ennen kuin se oli monistettu.

Noin yhdeksänvuotiaana piirsin ja julkaisin teoksen Jeep Bandits, viisivuotiaan mustavalkoisen A4-kokoisen lehden, jota isäni monisti minulle työpaikallaan. Taiteellisen luomistyön jälkeen siirryin saumattomasti markkinointiin, joka tässä tapauksessa tarkoitti, että kaikki sukulaiset ja meille käymään tulleet tuttavat saivat ostaa lehteni. Urani kustantajana ja julkaistuna piirtäjänä oli alkanut. Mutta toisin kun monet muut, jotka ovat käyneet läpi saman kehitysvaiheen, en koskaan kasvanut ulos siitä.

Aloin siis kustantaa omia töitani heti kun ne valmistuivat. En miettinyt kustantamiseen liittyviä kysymyksiä sen enempää enkä missään vaiheessa tehnyt kustantamisesta sen suurempaa numeroa. Mielestäni oli vain luonnollista monistaa tekemiään töitä, jotta ne saavuttaisivat laajemman yleisön.

1.3 Miksi kustantajaksi?

Niiden vuosien aikana, jolloin olen toiminut pienkustantajana, kaksi kysymystä on noussut keskustelunaiheeksi useammin kuin muut. Ensimmäinen niistä liittyy itse julkaisemiseen, toinen julkaisukanavan valintaan.

- A) Miksi julkaiset teoksesi itse?
- B) Miksi pidättäydyt julkaisutoiminnassasi printtimediassa?

Mukanokkela vastaukseni on lyhykäisyydessään kuulunut:

- A) Koska se on hauskaa.
- B) Koska paperi tuntuu mukavalta.

Pyrin kuitenkin tässä kirjoituksessa valottamaan ajatuksia omakustantamisesta ja printtimediasta edellistä laajemmin ja toivon mukaan myös astetta analyttisemmin. Haluan samalla kiinnittää huomiota siihen, että kaikki myöhemmin esittämäni argumentointi voidaan haluttaessa palauttaa ja kiteyttää edellä mainittuihin vastauksiin.

Sinänsä kiinnostavan kysymyksen julkaisutoimintaan ryhtymisen syistä jätän tässä kirjoituksessa sen syvemmin käsittelemättä. On kuitenkin kiehtovaa huomata miten aikana, jolloin suuri osa uutisiin päätyvistä tiedoista kustannusalaista käsittelevät sen murrosta, kriisiä ja alati pienenevää markkina-asemaa, syntyy silti jatkuvasti uusia pieniä kustantamoita. Tarve ilmaista ajatuksia ja tuoda ne julkisen tarkastelun ja keskustelun piiriin on – erikoista kyllä – ilmeisesti suurempi kannustin kuin taloudellinen hyöty.

Kustantajien piirissä on pitkään elänyt sanonta, että ala on sekoitus

pörssiä ja katedraalia. Osittain kyseessä on siis puhtaasti taloudellisten realiteettien perusteella toimimisesta: kustantamot ovat yleensä voittoa tavoittelevia yrityksiä. Toinen puoli kustannuslalla työskentelyä liittyy kuitenkin huomattavasti yleimpiin päämääriin, kuten kulttuurin luomiseen ja sen ylläpitämiseen. (Hellmark 1997, 103.)

Tämä kaksijakoisuus tekee alasta monella tavalla kiinnostavan. Kustantaminen sijoittuu toimenä johonkin vaikeasti määriteltävään väli- maastoon, jossa ristiriitaiset päämäärät joutuvat elämään rinnakkain. Kustannusala on kuin elämä itsessään pienoiskoossa – ei mustaa eikä valkoista vaan loputtomia sävyjä ja toisistaan poikkeavia tulkintoja. Ehkä juuri tämä on se perimmäinen syy, joka saa yhä uudet yrittäjät pyrki- mään mukaan jo uppoavaksi tuomittuun laivaan.

On kuitenkin aika palata takaisin tältä lyhyeltä sivupolulta niihin kah- teen peruskysymykseen, joihin lupasin vastata.

1.4 Itse tehty

Miksi julkaista itse? Kysymykseen ei ole yhtä yleispätevää vastausta. Ideologia, aihepiirin marginaalisuus, julkaisun materiaaliset laatuvaai- timukset tai jopa halu suurempaan tuottoon voivat kaikki joko yksin tai yhdistelminä vaikuttaa tähän valintaan. Stereotypia omakustantajas- ta osaamattomana ressukkana, jonka teokset ovat niin kelvottomia, et- tei kukaan ”oikea” kustantaja niitä huolisi, elää kuitenkin vahvana kult- tuurissamme – siitäkin huolimatta, että moni klassikoksi noussut teos on syntynyt nimenomaan omakustanteena. Erityisesti graafisella alalla tä- mä on helposti todettavissa, vaikkakaan aiheeseen ei useimmiten kiinni- tetä sen suurempaa huomiota.

Vallitsevan henkisen tilan ja yleisen mielipiteen mittaamiseen on käy- tettävissä monia keinoja, joista epätasallisimpiin ja sattumanvaraisim- piin voidaan laskea amerikkalaisten televisiosarjojen pohjalta tehdyt analyysit. En kuitenkaan voi pidättäytyä kahdesta mielestäni oivasta esi- merkistä siitä, miten suuri yleisö kokee omakustantamisen, jos se ikinä on aihetta vaivautunut ajattelemaankaan.

Ensimmäisessä kohtaamistani esimerkeistä House M.D. -sarjassa tuit- tupäinen ja eksentrisen lääkäri Gregory House, jota esittää Hugh Laurie, piinaa ystäväänsä Wilsonia soittamalla kamalaksi miellettyä räimettä tietoisena provokaationa tämän toimistossa.

Kun Wilson täynnä ahdistusta tiedustele, onko tekele todellakin tuot- toa tavoittelevan olion julkaisema, House vastaa hänelle levyn olevan omakustanne ja lisää vielä, että ilmeisesti henkilö halusi muiden kuule- van hänen musiikkiaan muttei nauttivan siitä. (Attie 2007.)

Gregory Housen näkemys peilaa mielestäni melko hyvin ajatusta siitä, että omakustanteet ovat laadullisesti puutteellisia tekeleitä, joiden ainoa- na arvona voidaan pitää tekijöille koituvaa mielihyvää.

Toisessa esimerkissä esiintyy uhka siitä miten käy, ellei kykene sopeutumaan median kapitalistiseen järjestelmään. Tina Feyn luomassa 30 Rock -sarjassa päähenkilö Liz Lemon kirjoittaa sketsejä varsin omalaatuiselle viihdeohjelmalle. Kun hän kuitenkin hetkellisestä mielijohdesta haluaa kirjoittaa haastavampaa materiaalia, hän törmää pomonsa Jack Donaghy'n ennustukseen: mikäli hän ei taivu, mainostajat vetäytyvät. Ja ilman mainoksia ei ole ohjelmaa, jolle kirjoittaa. Loppukaneettina Donaghy toteaa: ”Näen sinut omakustantamassa romaanisi... ja muuttamassa takaisin vanhempiesi luokse.” (Fey 2009.)

Taloudellisen riippumattomuuden menettämisellä uhkailu on yksi vahvimista argumenteista, joilla ihmisiä ohjataan yhteiskunnassa oikeille uomille. Luovuus ei kuitenkaan yleensä viihdy tiukoissa tiloissa vaan pyrkii rikkomaan rajoja ja hakeutumaan laajemmille kentille.

Erityisesti Suomen kaltaisella pienellä kielialueella, jossa edes potentiaaliset lukijat ovat pieni ryhmä, muodostuu kannattava kustantaminen haasteelliseksi jopa suurille toimijoille. Kun siirrytään koko kansaa pienempään kohderyhmään, haasteet lisääntyvät ennestään.

Yhtenä käytännön esimerkkinä tästä voidaan pitää Schildtsin ja Söderströmin liittoa vuonna 2012. Fuusiosta virallisesti annettujen selitysten takana olivat mitä todennäköisimmin puhtaasti taloudelliset syyt: maassamme ei ollut enää tilaa kahdelle suurelle kustantajalle, jotka julkaisivat niinkin rajatulle kohderyhmälle kuin suomenruotsalaisille.

Myös valtaväestön kannalta vaihtoehtoinen kirjallisuus kuten runous, marginaaliset aiheet tai jopa valittu ilmaisumuoto ovat omiaan karsimaan pois mahdollisia lukijoita. Talouden kielellä tämä tarkoittaa pienempää myyntiä, korkeampia yksikkökohtaisia tuotantokuluja ja kaiken kaikkiaan suurempia riskejä.

Yllä kuvailtuun realiteettiin suhtaudutaan usein voivottelevasti. Julkisessa keskustelussa puhutaan kulttuurin kuihtumisesta ja kansallisen identiteetin menettämisestä. Näkökantana se ei kuitenkaan tarjoa kattavaa kuvaa tilanteesta. Oivana esimerkkinä tästä on maailmalla viime vuosikymmenen aikana tapahtunut huima arvostuksen ja kiinnostuksen nousu suomalaista taidesarjakuvaa kohtaan.

Yksi syistä tähän arvonnousuun on paradoksaalista kyllä ollut se, että Suomi on kielialueena niin pieni, ettei ammatikseen piirtäville ole muutamaa poikkeusta lukuun ottamatta ole riittänyt töitä – Juban Viivi ja Wagner, Milla Paloniemen Kiroileva Siili ja Ilkka Heilän B. Virtanen sekä Pertti Jarlan Fingerpori. Huomioitavaa on myös, että jokainen näistä neljästä piirtää sanomalehtisarjakuvia eli niin kutsuttuja strippejä. Pitkillä albumimuotoisilla tarinoilla itsensä elättäviä suomalaisia piirtäjiä ei ole.

Koska piirtäjille on jo lähtökohtaisesti ollut selvää, ettei sarjakuvan tekemisestä tule ansiotyötä, se on vapauttanut tekijät kaupallisuuden kahleesta: on vapaammin lähdetty kokeilemaan muotoa, kertomista ja erilaisia tuotantotapoja välittämättä lopputuloksen taloudellisesta vaikutuksesta omaan elämään

(Sann 2012, 8). Jos tekijä sitä vastoin koko ajan joutuu miettimään kokeilujensa rahallisia seurauksia, riskinä on varman päälle pelaaminen eli pidättäytyminen turvallisissa ja kansaan menevissä ratkaisuissa.

On myös syytä huomata, ettei omakustantaminen liity pelkästään taiteelliseen itseilmaisuun. Myös tieteen saralta löytyy siitä onnistuneita esimerkkejä. Yksi näistä ovat eräänlaiseksi informaatiografiikan guruksi nousseen Edward Tufte'n kirjat, jotka ovat professorin itsensä kustantamia. Tufte'n ajatuksena oli, että jos kirja tehdään, siitä tehdään niin hieno kuin mahdollista, jotta sen julkaisemisessa olisi lainkaan mieltä. Saavuttaakseen itselleen asettamansa päämäärän hän päätyi julkaisemaan kirjansa itse.

Hakiessaan pankkilainaa kirjan kustantamiseen Tufte kohtasi hämentyneen johtajan, joka sanoi kyseisen lainahakemuksen olevan toiseksi hulluin, jonka hän oli urallaan kohdannut. Hulluin oli lainahakemus norsun ostamista varten. (Tufte 2002, 8.)

Tufte'n kertomus kuvastaa hyvin sitä epäluuloa, jota omakustantamista kohtaan tunnetaan. Omaehtoinen tekeminen ja omakustantaminen saattaa kuitenkin vastoin stereotypiaa parhaimmillaan mahdollistaa taiteellisesti korkeamman laadun ja kiinnostavampien teosten synnyn. Teosten, joiden ensisijainen päämäärä ei ole voiton maksimointi vaan jokin muu.

Kuten jo alussa sanoin, saan usein kohdata ihmetystä siitä, että julkaisemme kirjamme itse. Osasyynä tähän on aiemmin käsittelemäni omakustantamisen stigma. On kuitenkin toinen syy, joka on vähintäänkin yhtä merkityksellinen: toimiminen itse kustantajana on monelle niin vieras ajatus, ettei sitä ole kyetty harkitsemaankaan.

Yhtenä syynä tähän on henkinen sitoutuminen vanhanaikaisiin teknologioihin ja tuotantomenetelmiin sekä niihin liittyviin ajatusmalleihin. Enemmistö ei vieläkään ole sinut sen vallankumouksen kanssa, jonka desktop publishingin yleistymisen toi mukanaan. Lähestulkoon jokaisella länsimaalaisella on tänä päivänä ainakin tekniset edellytykset omien teoksiensa tekemiseen ja julkaisuun.

Kirjapainotaito oli kauan varsin suljetun pienen piirin valtakunta, joka ulkopuolisesta vaikutti vaikealta ja jopa hiukan pelottavalta. Painajien pudottelemat typografiset termit ja alalla vallitseva ammattikieli toimivat etäännyttävinä tekijöinä. Oli me ja he – mustaan taiteeseen vihkiytyneet ja tavalliset kuolevaiset. Kuten lähihistoriasta tiedämme, kaikki tämä muuttui lähes yhdessä yössä. Tämä ei silti edelleenkään ole valjennut kaikille.

Toinen ihmetyksen syy johtuu vallitsevasta kulttuurikäsitteestämme. Malli, joka suurimmalle osalle ihmisistä on tuttu, on ylhäältä alaspäin -kaavan mukainen: myyttinen nero luo teoksen ja kustantaja julkaisee sen, jonka jälkeen se toimitetaan kansan saataville kirjakauppoihin, musiikkiliikkeisiin tai johonkin vastaavaan foorumiin, mistä tällaisia

tuotoksia on totuttu hankkimaan.

Vaihtoehtoinen malli voidaan löytää punk-liikkeestä, jossa aikanaan tehtiin tietoinen pesäero niin kutsuttuihin rock-tähtiin. Osittain kyseessä oli pienen liikkeen kannalta luonnollinen tila – kun kaikki tunsivat toisensa, ei rocktähteydelle ollut tilaa. Syvällisempi perehtyminen punkin luomaan vaihtoehtoon paljastaa kuitenkin toisen syyn, joka on luonteeltaan vahvemmin ideologinen.

Punk-aatteen piirissä haluttiin eroon ajatuksesta tuottajista ja kuluttajista. Yleisöä ei tämän näkemyksen mukaan eroteltu esiintyjistä, vaan kaikilla oli samanlainen ja samanarvoinen mahdollisuus ottaa osaa yhteisön rakentamiseen. Jokaista jäsentä kannustettiin tuomaan oma osaamisensa ja erityislahjakkuutensa esille. Ainakin teoriassa liike pyrki kohti egalitarista maailmaa, jossa jokaisella yksilöllä oli sama arvo. (O'Hara 1999, 153.)

Vaikkei maailma koskaan ehkä täysin taivu idealismin mukaiseksi voidaan punkin ja siitä kasvaneen hardcoren, yritystä pitää onnistuneena: liike on luonut oman koodistonsa, jossa taloudellisen hyödyn tavoittelua sekä taiteilijan ja kuluttajan erottelua vieroksutaan. Pienlehdet, levyt ja tilaisuudet, joita on järjestetty tässä hengessä ovat määrältään lukemattomia ja maantieteellisesti rajoittamattomia.

Punk-liike on kuitenkin merkitykseltään huomattavasti tärkeämpi kuin se hyöty ja ilo, jota siihen sitoutuneet yksilöt ovat sen kautta saavuttaneet. Liikkeen tärkeimmäksi saavutukseksi voidaankin mielestäni laskea juuri omaehtoisen tekemisen tuominen esimerkin kautta kaikkien tietoisuuteen. Punk ei ehkä liikkeenä kaatanut hallitusta, kuten yksi sen sloganeista kuului, mutta sen sijaan se kaatoi jotain huomattavasti merkittävämpää: rajat ihmisten mielessä. Tämä vaikutus ulottui jopa niihin, jotka eivät välttämättä koskaan tunteneet liikettä omakseen.

Omakustantaminen mahdollistaa puhtaimmillaan vapaan ilmaisun vailla niitä rajoitteita, joita kolmannen osapuolen mukaan tuleminen vääjäämättä toisi mukanaan. Vapauden mukana kulkee kuitenkin aina vastuu. Omakustantajalle tämä vastuu merkitsee luonnollisesti taloudellista vastuuta: hän ei voi syyttää ketään muuta, mikäli arviot menekistä osoittautuvat vääriksi.

Mutta taloudellista vastuuta tärkeämpi on vastuu omista sanoista, vastuu ajatuksen kirkkaudesta ja kyvystä ilmaista näitä ajatuksia mielekkäällä ja kiinnostavalla tavalla.

En kuitenkaan väitä, että omakustantaminen olisi jonkinlainen laadun tae. Sitä se ei tietenkään ole, sen enempää kuin suuren kustantamon julkaisupäätöskään.

Toimittaja ja omakustantaja Chip Rowe ilmaisee saman asian huomattavan epäsentimentaalisesti toteamalla, että suurin osa omakustanteista on pelkkää paskaa. Rowe jatkaa lainaamalla Theodore Sturgeonin, joka esitti, että itse asiassa 90 prosenttia kaikesta on paskaa. Mutta – ja tämä on tärkeä huomio – jäljelle jäävä 10 prosenttia on niin loistavaa, että sen puolesta kannattaa kuulla. (Rowe 1997, xxi.)

Tunnen tarpeelliseksi lisätä myös omakohtaisen havaintoni siitä, että vaikka

moni omakustanne saattaa jäädä laadullisesti vajaaksi niin ilmaisultaan kuin tekniseltä toteutukseltaankin, ne ovat kuitenkin moninkertaisesti kiinnostavampia kuin kioskien peruslehtihyllyjen homogenisoidut ja riskejä välttävät tuotokset. Kioskiteoksista puuttuu vääjäämättä se tekemisen palo, joka on läsnä kaikkein alkeellisimmassakin omakustanteessa.

Siinä missä internet on nähty suurena uhkana omakustantamiselle – ainakin paperimuotoiselle – se tarjoaa toisaalta kanavan markkinoida teoksia lähes samalla viivalla suurten ja jo etabloituneiden kustantajien kanssa. (Oakes 2009, 172.)

Esimerkiksi netin suurin kirjakauppa Amazon.com tarjoaa pienkustantajille mahdollisuuden myydä kirjojaan Amazon-sivuston kautta, jolloin kuluttajan mahdollinen epäluulo vähemmän tunnettuja verkkokauppiaita kohtaan kyetään ohittamaan. Näin omakustanteiden tilaamisen epämääräisyys ja epävarmuus ei enää aiheuta haittaa. Myös kauppapaikan maksukäytäntö ja toimitus ovat käyttäjille ennestään tuttuja. Verrattuna aikaan, jolloin pien- ja omakustanteiden metsästys oli aikaa vievää ja tuloksiltaan vaihtelevaa, uusi tekniikka tarjoaa tässäkin paljon helpotusta niin julkaisijan kuin lukijankin elämään.

Toisena hyvänä esimerkkinä toimivasta kauppapaikasta toimii etsy.com, joka on jatkuvasti kasvattanut suosiotaan. Etsyn kautta moni pienkustantaja ja käsityöläinen on ensimmäistä kertaa todella päässyt osaksi maailmanlaajuisista kauppapaikkaa. Etsyn menestys osoittaa hyvin, miten ainoastaan jakeluväylien puute on estänyt pienempiä toimijoita menestymästä. Kun tämä raja-aita on verkkomyynnin ja markkinoinnin kautta kaatunut, pientuottajien määrä on kasvanut räjähdysmäisesti.

Ja vaikka monille tuotteiden kauppaaminen Etsyn kautta on lähinnä rakas harrastus, ei kyseessä kuitenkaan rahallisesti ole mikään nappikauppa. Etsyn Euroopan toimitusjohtajan Matt Stinchcombin mukaan vuonna 2011 Etsyn kautta myytiin tuotteita 600 miljoonan dollarin edestä. (Kikic 2011.)

Kehitys on sikälikin kiinnostava, että siirrymme enenevissä määrin kohti tilannetta, jossa viestin taustalla vaikuttavan organisaation vaikutus vähenee ja itse viestin sisältö muodostuu ratkaisevaksi. David kilpailee siis ensimmäistä kertaa historiassa lähes tasavertaisesti Goljatin kanssa.

Olen edellä käsitellyt pääosin mahdollisuutta toimia omakustantajana ja syitä omakustantamiselle mutta jättänyt käsittelemättä kysymyksen, miksi ylipäättään kustantaa mitään. Ja vaikka kysymys asettuu jossain määrin käsittelemäni aiheen ulkopuolelle, pidän aiheellisena suoda sille muutaman kappaleen.

Kun pohditaan syitä omakustantamiseen, yksi nousee ylitse muiden: oman äänen saaminen kuuluviin. Tobi Veilin esimerkki kuvaa tätä hyvin hänen kuvaillessaan syitäan ryhtyä julkaisemaan Jigsaw-nimistä pienlehteään. Veilin tie omakustantajaksi ei syntynyt tahdosta viihdyttää, tar-

peesta erottua tai siksi ettei hänellä ollut parempaakaan tekemistä vaan yksinkertaisesti ymmärryksestä, että ellei hän itse kirjoita niistä asioista, jotka hänelle olivat merkityksellisiä, ei kukaan muukaan niistä kirjoittaisi. Hän kuvaa tunnettaan ”legitiimiksi tarpeeksi ja epätoivoiseksi haluiksi” julkaista tarinoita, jotka eivät muuten tulisi kerrotuksi. (Piepmeier 2009, 42.)

Halu ilmaista itseään ja tuoda ajatuksiaan julkisen keskustelun piiriin on yleisinhimillinen. Omakustantaminen tarjoaa tätä päämäärää silmäläpittäen oivan keinon erityisesti silloin, kun valtamedia ei syystä tai toisesta ole valmis aihetta käsittelemään.

Mark Stern Youth Brigade -nimisestä hardcore-bändistä kiteyttää mielestäni koko omakustantamisen kantavan ajatuksen hienosti: ”Meitä kaikkia yhdisti itse tekemisen kulttuuri, itsenäisen ajattelun kulttuuri ja usko siihen, että miten paskasti asiat maailmassa ikinä olivatkaan, miten paska tilanne sinua ympäröikään, sinulla oli aina mahdollisuus olla osa muutosta ja inspiroida muita.” (Blush 2001, 276. Kirjoittajan kääntämä.)

Omakustantaja tekee tietoisien tai tiedostamattoman pesäeron kulutusyhteiskunnasta ottaessaan tehtäväkseen luoda jotain uutta. Hän ei tyydy kuluttamaan sitä, mitä on tarjolla, vaan haluaa itse osallistua. Näin hän siirtyy olemasta pelkkä objekti oman elämänsä subjektiksi. Tässä piilee omakustantamisen ydin.

1.5 Mutta miksi sitten paperi?

Mark Twainia mukaillen voisi sanoa, että puheet painetun sanan kuolemasta ovat vahvasti liioiteltuja. Asia konkretisoitui minulle odotellessani viime syksynä useita tunteja myöhässä ollutta paluulentoani Amsterdamista. Tylsistyneenä kiertelin Schipholin lentokentän eri liikkeitä ja juutuin odotetusti lehtihyllyn ääreen. Ja siinä se oli! Nauroin makeasti itsesekseni: tässäpä oiva esimerkki printtimedian elinvoimaisuudesta. Lehti edessäni oli nimeltään iPad, ja käsitteli, varsin odotetusti, iPadia. Kyseessä oli jonkinlainen paperinen versio tablettikoneesta: printtimedian tappajaksikin luonnehdittu laite esiteltiin paperisessa lehdessä, samoin kuin sen uusimmat ja kiinnostavimmat sovellukset. Lehteä julkaistaan ainakin hollanniksi neljästi vuodessa. Jos tietosanakirjassa määriteltäisiin sana ironia, tämä tekele sopisi mielestäni hyvin sen kuvitukseksi.

En aio lukea liian syvällisiä merkityksiä yhdestä ainoasta esimerkistä, mutta iPad Magazine osoittaa mielestäni kuitenkin sen, ettei kehitys ole lainkaan niin mustavalkoinen tai lineaarinen kuin miksi paperisen viestinnän kriitikot sen maalaavat. Toisaalta digitaalinen julkaiseminen on muuttanut ja muuttaa tulevaisuudessa yhä enenevissä määrin julkaisupäätöksiä. Mutta merkitseekö tämä painetun sanan vääjäämätöntä kuolemaa?

On toki julkaisuja, jotka luontevasti kääntyvät digitaalisiksi. Itse iloit-
sen esimerkiksi eri laitteiden mukana tulevista opas- ja käyttöohjekir-
joista digitaalisessa muodossa. Tiedon helppo haettavuus, mahdollisuus
päivitetävyyteen ja varastoinnin helppous ovat kiistattomia etuja tällai-
sissa julkaisuissa. Ne edustavat kuitenkin vain yhtä painetun viestinnän
osa-aluetta. Ja niillä ei yleensä ole ollut kirjaan liitettäviä arvoja – sisäl-
löllisiä tai rakenteellisia – ylitse sen, että ne auttavat käyttäjiään ratko-
maan kohtaamiaan ongelmia.

Jos olemme oppineet jotakin viestinnän historiasta, se on ymmärrys
siitä, että uusi media ei automaattisesti korvaa vanhaa. Radio ei tappanut
sanomalehtiä, televisio ei tappanut radiota eikä internet televisiota. Näin
ollen on suhtauduttava tietyllä varauksella teknologiauskovaisten ennus-
tuksiin paperin pikaisesta kuolemasta. Paperi on nimittäin ennenkin
osoittautunut melko sitkeäksi vastustajaksi. (Ludovico 2012, 23.)

Yksi mahdollinen kehitys on paperisten julkaisuiden muuttuminen
eksklusiivisiksi tuotteiksi, joita pieni eliittiryhmä keräilee ja harrastaa.
Analogiaksi on tässä tarjottu vinyylisiä LP-levyjä, joiden kaikkien ennus-
teiden mukaan piti kadota markkinoilta viimeistään 1990-luvulle tulta-
essa.

Itse en usko, että paperinen viestintä ainakaan lähitulevaisuudes-
sa kokisi samanlaisen marginalisoitumisen kuin vinyylilevyt, jotka
ovat enneminkin ”diggarien” harrastuskohde kuin todellinen elävä me-
dia. Käytettävyydessä nimittäin vinyylilevy jää monin tavoin kakkosek-
si mp3-muotoiselle musiikille. Paperiset julkaisut sitä vastoin kilpailevat
huomattavasti tasavertaisemmin digitaalisten julkaisujen kanssa ja ky-
kenevät usein jopa voittamaan ne.

Tilastollista tukea tälle väittämälle antaa Kirjakauppaliiton toimitus-
johtaja Katariina Jaakkola kertoessaan sähköisen kirjojen myynnin
olevan Suomen markkinoilla noin yhden prosentin luokkaa. Muu Eu-
rooppa ei ole paljoakaan meitä edellä: sähköisten kirjojen myynti ei niil-
läkään markkinoilla yllä missään maassa yli kahden prosentin. Luvut,
jossa e-kirjojen myyntiosuuden kerrotaan olevan viidessätoista prosen-
tissa, sisältävät ilmaislataukset, mikä vääristää tilastoja huomattavasti.
(Kylänpää 2013, 60.)

Sähköisen viestinnän keskellä painettu sana on muuttunut arvok-
kaammaksi. Siitä luopuminen muuttuu yhä vaikeammaksi sen saaman
uuden arvon myötä. Tämä arvo kumpuaa ainakin osittain teknisen pros-
essin kalleudesta – paperi, painatus ja levitys vaativat kaikki oman talo-
udellisen uhruksensa. (Ludovico 2012, 29.)

Tehokkuusajatteluun tottuneille tällainen uhraus toimii merkkinä sii-
tä, että jokaisen painotuotteen kohdalla on jouduttu pohtimaan syitä sen
olemassaolon oikeutukseksi.

Kirja elää kiistatta murroskautta. Mutta lopullista taistelua ei formaat-
tien välillä vielä ole käyty, eikä voittajaa ole julistettu. On jopa syytä ky-

syä, onko koko kilpailuasetelma näiden kahden julkaisumuodon välillä niin todellinen kuin se mediassa on kärjistetysti kuvattu? Vai onko koko kysymyksenasettelu lähtökohtaisesti virheellinen? Ja onko lopulta niin – mikä mielestäni on todennäköisempää – että nämä kaksi julkaisumuotoa pikemmin tukevat toisiaan kuin kilpailevat keskenään? Kumpakaan julkaisumuotoa leimaavat tietyt vahvuudet ja heikkoudet, jotka erottamattomasti ovat osana niitä, ja ainoastaan toisiaan tukien ne voivat ylittää nämä rajoitteet.

Jos pohditaan syitä vastakkainasetteluun, voidaan yhtenä tietysti pitää ihmisten kehityssuskoa: uusi on aina ja automaattisesti vanhaa parempi. Toinen ja mielestäni tärkeämpi syy julkisen keskustelun sävyyn perustuu isojen kustantamoiden pelkoon tulevasta.

Sanomalehtien kriisiä seuranneet muistavat monen merkittävän julkaisun kuoleman lähivuosilta, kuten vuonna 2009 kuopatun Rocky Mountain Newsin. Rocky Mountain Newsia oli ennen helmikuun 27. päivää 2009 julkaistu vuodesta 1859 ja sen poistuminen markkinoilta aiheutti epävarmuutta kaikissa sanomalehtitoimituksissa. On silti pidettävä mielessä, että sanomalehdet, erityisesti isommat, kohtaavat aivan erilaisia haasteita verrattuna pienempiin toimijoihin. Itse asiassa juuri pakollisena pahana pidetyt paikallisuutiset voivat olla se tekijä, joka pelastaa monen lehden. (Hvitfeldt 2007, 4.)

Tätä ajatusta kehittää vuodesta 1979 julkaistun Mobilisti-lehden nykyinen päätoimittaja Jan Enqvist pääkirjoituksessaan. Hänen ”paikallisuutensa” ei kuitenkaan ole maantieteellisesti määriteltä van ajatusmaailman ”paikallisuutta”. Enqvist viittaa kirjoituksessaan tarkemmin määrittelemättömään mediatutkimukseen, jonka mukaan aikakauslehtien tulevaisuus on pienemmissä, ketterämmissä julkaisuissa, jotka kykenevät tarjoamaan ydinkohderyhmälleen tarkasti räätälöityä sisältöä. (Enqvist 2012, 5.)

Sitä vastoin ajatus lehdestä, joka kykenee tarjoamaan jokaiselle jotakin, on konseptina kestävä. Tämän voi todeta useista epäonnistuneista yrityksistä tuottaa suomalaisille miehille omia ”naistenlehtiä”. Jo lähimenneisyydestä löytyy suuri määrä isolla budjetilla ja markkinoinnilla lanseerattuja lehtiä, joiden elinkaari pahimmillaan on jäänyt yhteen numeroon, ja parhaimmillaankin ne ovat eläneet muutaman vuoden. Esimerkkeinä voisi mainita muun muassa Aku-lehden (ei siis Aku Ankan, joka lienee Suomen suosituin julkaisu) ja Trendi-lehden sisarjulkaisun Veli.

Enqvist muistuttaa myös siitä, että Suomessa julkaistaan tänä päivänä useampaa lehteä kuin koskaan aikaisemmin. Ja, Enqvist jatkaa, jokaista suuren mediatalon lopettamaa lehteä kohtaan pienkustantajat perustavat kolme uutta. (Enqvist 2012, 5.)

Vaikka Enqvist saattaa sortua hienoiseen liioitteluun, näyttää selvältä, että paperisilla lehdillä on vankka asema ainakin Suomessa. Pelkäs-

tään kulttuurilehtien kattojärjestöllä Kultti Ry:llä on listoillaan satakunta suomalaista lehteä.

Sama ajatus on esitetty toisin sanoin Chris Andersonin teoksessa *The Long Tail – Why the Future of Business is Selling Less of More*. Anderson esittää näkemyksen, että elämme valtamedian ajan loppua – tulevaisuus on pienemmissä, tarkemmin räätälöidyssä sisällöissä, joiden tuottaminen muuttuu myös taloudellisesti kannattavaksi kun markkinat eivät enää ole perinteisten rajojen sitomia. (Lupton 2008, 7.)

Kuten olemme voineet edellisestä lukea, uusien medioiden uhka paperiselle julkaisulle on vahvasti liioiteltu. Julkaisupäätökset ja painosmäärät saattavat aiheuttaa tarkempaa harkintaa, mutta kuka tahansa joka on viettänyt hetkeäkään Akateemisessa Kirjakaupassa Helsingin keskustassa tai Strand Booksissa Broadwaylla New Yorkissa voi omakohtaisesti todeta näiden liikkeiden suosion.

Lopuksi haluaisin hetken pohtia niitä ominaisuuksia, jotka minun mielestäni tekevät paperisesta kirjasta vaalimisen arvoisen.

Muuan seikka, joka helposti jää huomioimatta, on se, ettei paperinen kirja (tai muu painotuote) ole vain kokoelma eteerisiä ajatuksia, jotka ovat kirjassa saaneet fyysisen muodon. Sähköiseen julkaisuun verrattuna paperinen tarjoaa huomattavasti suuremman määrän informaatiota aisteille.

Paperin valinta, sidosasu sekä taitto ja typografia ovat kaikki merkittäviä tekijöitä, kun kirjaa tarkastellaan objektina. Jo kirjaan tartuttaessa voidaan siitä ”lukea” suuri määrä informaatiota, ilman pienintäkään tarvetta tutustua sisältöön. Tuntoaisti kokee kirjan ulottuvuudet, näköaisti sen visuaalisuuden, tuoreen painomusteen tuoksu hurmaa todellisen bibliofiilin, ja sivujen selailun tuottamat vienot kuiskaukset ovat kaikki osa kirjan lukemisen kokonaiskokemusta. Näitä ominaisuuksia on tietysti yritetty simuloida myös sähköisiin julkaisuihin siinä kuitenkin uskottavalla tavalla onnistumatta.

Kirjan materiaalisuus tuo mukanaan myös yhtäläisyyden meidän ruumiillisuuteemme: samoin kuin kaikki meistä, myös kirja vanhenee. Siihen jää elämisen merkkejä. Paperi kellastuu ja tahrautuu, kulmat käperyvät. Ottaessamme käsiimme vanhan kirjan voimme konkreettisesti kokea historiallisen dokumentin läsnäolon elämässämme. Kirja on sidottu aikaan aivan eri tavalla kuin blogi, jonka ikä ei näy ainakaan fyysisen rappeutumisen muodossa. (Piepmeier 2009, 16.)

Paperi on fyysinen tallennusmuoto ja fyysisyys on sille ominainen ja olennainen piirre. Jatkuva tekninen kehitys siirtää monet formaatit ainakin tavallisen käyttäjän ulottumattomiin. Lerput, disketit, zip- ja jazz-levyt, jopa cd:t, joille on tallennettu muistoja ja dokumentteja, uhkaavat kadota aineistoinen keskuudestamme. Haasteena ei ole fyysinen rappeutuminen (joskin se on todellinen ongelma) vaan se, että näiden tallennusvälineiden sisältöön pääsyn mahdollistavat laitteet ovat poistu-

neet käytöstä. Paperin materiaaliset ominaisuudet mahdollistavat tiedon välityksen satojen vuosien taakse, mikä on yliverlainen ja ainutlaatuinen etu. (Ludovico 2012, 67.)

1.6 Loppupäätelmä omakustantamisesta

Olen kirjoittanut tässä omakustantamisesta ja materiaalivalinnoista mahdollisimman loogisesti ja rationaalisiiin argumentteihin nojaten. Olen pyrkinyt osoittamaan, että omakustantaminen tarjoaa vapautta omaehtoiseen ilmaisuun ja kanavan uusille ajatuksille. Olen tuonut myös esiin, että paperi kaikessa historiallisuudessaankin on yhä merkittävä väline viestien välittämisessä. Olen pyrkinyt käsittelemään aihetta osin talouden näkökannalta, osin taiteellisen toiminnan kautta, osin ihmisen ruumiillisuuden kautta.

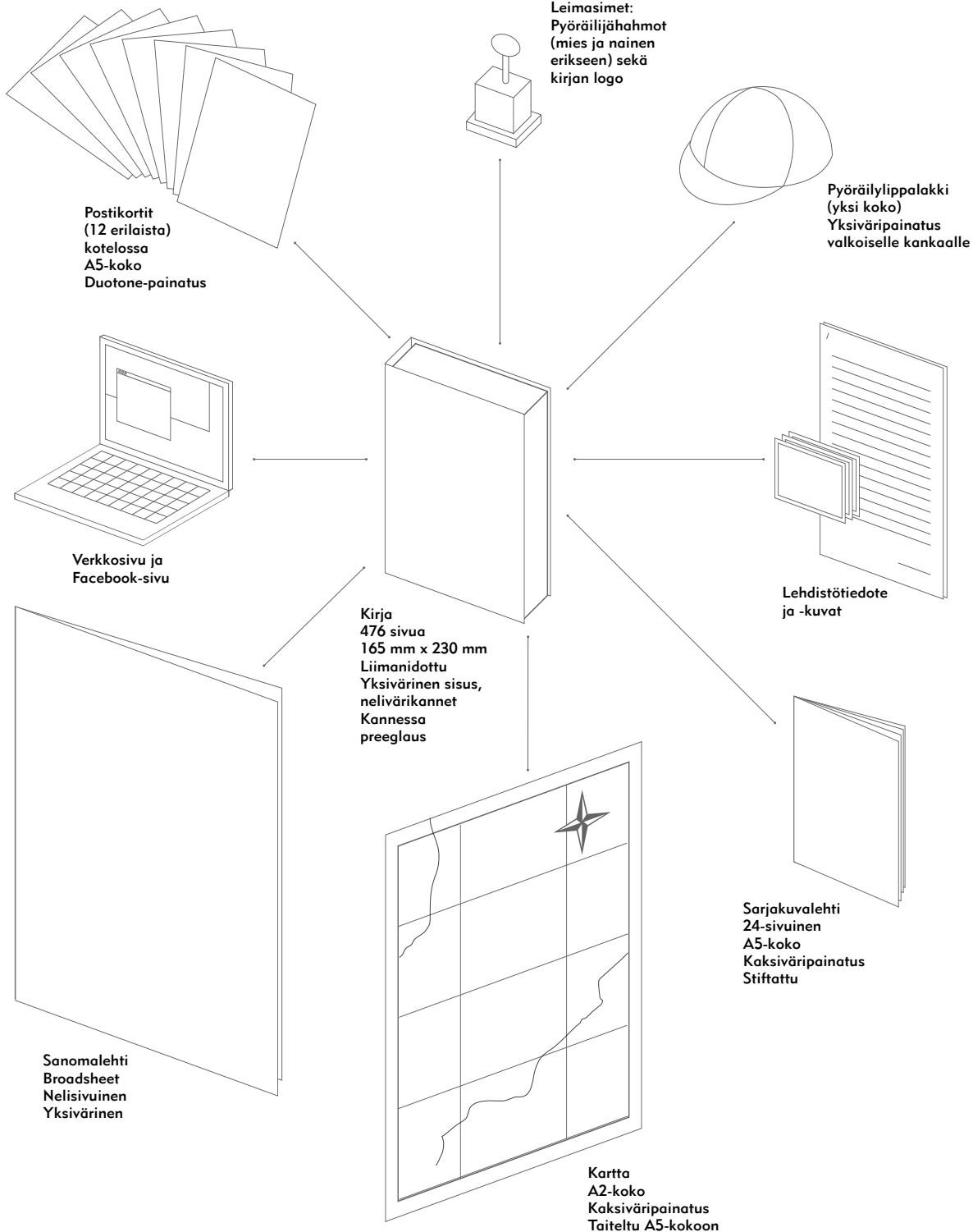
Silti mikään näistä esittämistäni väittämistä ei merkitsisi minulle yksilötasolla vähääkään, elleivät alussa esittämäni kaksi perusehtoa täytyisi:

A) Omakustantaminen on yhä hauskinda mitä voin kuvitella.

Ja

B) Paperi tuntuu yhä mukavalta.

TOUR d'EUROPE



2 'Tour d'Europe

2.1 Miten kauniit kirjat syntyvät?

Nuori nainen on silminnähdessä hämmentynyt. Työtiimimme toinen puoli Kaisa Leka on juuri päättänyt esitelmänsä kirjoistamme ja kustannustoiminnastamme Feministisk Serieteckning – Nordiskt nätverksmöte -tapahtumassa.

Tilaisuuden loppuun on varattu aikaa kysymyksille, ja yleisössä kiertävät kirjat herättävätkin sellaisia niin paljon, että niitä riittää tunnin kestävälle keskustelulle. Lopulta hämmentynyt nainen voittaa itsensä ja rohkaistuu esittämään mieltään vaivanneen kysymyksensä: ”But how are your books so nice?”

Nuoren naisen kysymys saattaa vaikuttaa oudolta, erityisesti niille lukijoille, jotka ovat joko opiskelleet tai työskennelleet visualisella alalla. Mikä tekee kysymyksestä vieläkin oudommalta liittyä siihen, että kysyjä itsekin on sarjakuvapiirtäjä, joka on oman taiteenharjoittamisen myötä jatkuvasti tekemisissä niin kuvittamisen kuin myös painotuotteiden kanssa.

Ennen kuin Kaisa ehtii antaa oman vastauksensa, ehtii suomalaisen naissarjakuvan grand old lady Johanna Rojola kertomaan mistä on kyse: ”It’s because they’re graphic designers!”

2.2 Graafikon ja sarjakuvataiteilijan yhteistyö

Vaikka toisin voisi luulla, sarjakuvan ja graafisen suunnittelun liitto on yllättävän heikko. Monesti tuntuu, että suhdetta määrittää pikemminkin rauhaista yhteiselo, jossa kumpikin osapuoli tyytyy oleilemaan omalla puolellaan aita, kumpaakin osapuolta hyödyttävän symbiosin sijasta.

Usein graafinen suunnittelija tulee mukaan kuvioihin vasta aivan lop-pumetreillä ja silloinkin enemmän painopinnanvalmistajan roolissa kuin aktiivisena osana tiimiä, joka luo lopullisen tuotteen. Mahdollise-na syynä tähän voi tarjota sarjakuvan luonnetta yksisuorituksena tai si-tä, ettei ymmärretä kaikkia niitä mahdollisuuksia mitä hyvä graafinen suunnittelu voisi tarjota tuotteelle.

En puheenvuorollani pyri maalaamaan todellisuutta synkempää ku-va-a ja myönnän auliisti, että suomalaisten pienkustantamoiden tuotteiden joukossa on monia kirjataiteen helmiä. Yleisilmeeltään sarjakuva-kirjat ovat kuitenkin graafisen suunnittelun puolesta harmillisen usein mielikuvituksettomia ja mitäänsanomattomia. (Tässä lienee syytä sel-ventää, etten heikktasoisuudesta puhuessa millään tavalla viittaa tai kä-sittele itse kirjojen kuvituksia, jotka pääsääntöisesti ovat varsin näyttäviä ja toimivia, vaan rajaan käsittelyni näiden kuvitusten esillepanoon niillä keinoilla joita graafisella suunnittelijalla on käytössään.)

Toinen syy sarjakuvien heikolle graafiselle tasolle liittyy työnkulkuun. Perinteinen tekstikirja tulee graafikolle taitettavaksi kun kirjoittaja on sen viimeistellyt, ja tässä vaiheessa kaikki mahdollisuudet koskien kir-jan muotoa ovat yhä avoinna. Sarjakuvakirjan formaatti, tai ainakin sen mittasuhteet, määrittävät heti ensimmäisen sivun piirtämisen aikana. Näin ollen graafisen suunnittelijan on oltava osana prosessia huomattavasti varhaisemmassa vaiheessa kuin perinteisessä kirjamuotoilussa, jotta suunnittelu voisi olla kokonaisvaltaista.

Esittelen alla Tour d'Europe -projektin kautta niitä mahdollisuuksia, jotka voidaan saavuttaa yhteistyöllä sarjakuvapiirtäjän ja graafikon välil-lä. Uskon, että näin toimimalla voidaan saavuttaa isompi yleisö tälle vielä jokseenkin marginaaliselle visualiselle tarinankerronnan muodolle.

2.3 Projektin taustoista

Kirjaprojektimme syntytarina on siltä osin poikkeuksellinen, sillä kirjai-lija itse ei halunnut kirjaa kirjoittaa. Tiimimme toinen jäsen Kaisa Leka oli nimittäin vakuuttunut, ettei hänellä ollut aiheesta enää mitään sanot-tavaa. Mutta ehkä on syytä palata hiukan ajassa taaksepäin.

Olimme kesällä 2008 pyöräilleet kotikaupungistamme Porvoosta Ruotsin ja Saksan kautta Etelä-Ranskan Nizzaan. Matkalla olimme do-kumentoineet tapahtumaa kuvin ja päiväkirjamerkinnoin, jotka julkai-simme realiajassa blogissamme (www.deuxvelos.blogspot.com). Samalla kirjoitimme viikoittaiset raportit etenemisestämme paikallislehti Bor-gåbladetiin. Matkalta palattuamme teimme vielä jutun matkastamme Matkaopas-lehteen ja pidimme lisäksi muutamia esitelmiä Euroopan halki pyöräilystä eri iltamissa.

Näin ollen Kaisan haluttomuus tehdä aiheesta kaiken lisäksi kirja oli täysin ymmärrettävää. Mutta koska minä olen meistä monesti se luu-

päisempi, sain Kaisan taivuteltua. Eikä haluni tehdä tätä kirjaa johtunut pelkästään itsepäisyydestäni vaan siitä, että olin huomannut aiheen kiinnostavan ihmisiä yhä edelleenkin. Minusta meillä oli tärkeitä ajatuksia jaettaviksi matkakertomuksen muodossa.

Sarjakuvakenttää ulkopuolelta seuraavana minua on vaivannut se, että kirjoja usein tehdään toisille piirtäjille tai jo käännytetyille lukijoille. Tämä on ongelmallista kahdella tavalla. Ensinnäkin kilpailu rajallista resursseista ei ole taloudellisesti kannattavaa. Kun itse kustantaa kirjansa, on joka julkaisun kohdalla kyettävä vastaamaan myöntävästi kysymykseen: tuleeko tämä kiinnostamaan ketään? Toisekseen en koskaan ymmärtänyt, miksi sarjakuva kirjallisuuden muotona on marginalisoitu vain tietyn harrastajapiirin omaisuudeksi.

En hyväksy ajatusta siitä, että joku ei ”osaisi” lukea sarjakuvia. Ikään kuin sarjakuvienlukutaito olisi jokin myötäsyttyinen lahja. (Tämä tosin on kiinnostava ajatus, kun otetaan huomioon kuvallisen viestinnän pitkän historian ihmiskulttuurin tallentajana ja vaalijana.) Aivan kuten missä tahansa muissa kirjallisuuden tai tarinankerronnan keinoja hyödyntävissä teoksissa myös sarjakuvissa on helppoja ja vaikeita teoksia. En myöskään kykene uskomaan, että länsimaissa kasvanut ihminen olisi kyennyt välttämään kosketuksen sarjakuvaan.

Mahdollisia lukijoita on siis paljon enemmän kuin sarjakuvakentällä – ja erityisesti pienkustantajien parissa – helposti sorrutaan ajattelemaan. Haasteena on tehdä niin kiinnostavia tarinoita, ettei esityksen muoto nouse esteeksi teoksesta nauttimiselle.

Vaikka esiin nostamani kaksi syytä saattavat pintapuolisesti vaikuttaa samalta asialta, niissä on selvä ero katseen kohdistamisessa: toisessa katsotaan sisäänpäin ja havaitaan ongelmat, toisessa ulospäin ja nähdään mahdollisuudet.

Tämän tiedostaen asetin kirjaprojekttillemme varsin kunnianhimoisen tavoitteen: olla niin hyvä, ettei sen sarjakuvallisuus estäisi satunnaisesti kentän ulkopuolista lukijaa nauttimasta siitä.

Toinen haaste oli teoksen saattaminen julkiseen tietoisuuteen. Teos ei täytävänsä, ennen kuin se löytää lukijansa.

Koska meiltä pienkustantajina puuttuivat ne taloudelliset resurssit, jotka isoilla kustantajilla on käytössään, meidän oli keksittävä vaihtoehtoinen strategia kirjan esille tuomiseen. Tiesimme, että tarinamme oli kiinnostava ja että kykenisimme luomaan hienon teoksen, nyt piti miettiä miten rajallisilla keinolla kirjamme saisi meidän mielestämme sille kuulunut huomio.

*

Ensimmäisen konkreettisen ilmentymän koko projekti sai näennäisen triviaalin kuminauhalenkin muodossa – tai tarkemmin ilmaistuna koko-



Kuvia kirjan sisuksen työprosessista.



naisen kuminauhalaatikon. Kyseinen laatikko lojui noin vuoden työhuoneemme lattialla muistuttamassa meitä keskeneräisyydestämme.

Kumilenkkien hankkiminen ei ollut aivan helppoa. Tavallisia kuminauhoja toki saa mistä tahansa paperikaupasta, mutta me tarvitsimme jotain huomattavasti järeämpää. Etsimme yli kymmenen millimetriä leveitä kumilenkkejä. Sellaisia ei lähikaupan hyllyssä ollut.

Etsiskelyn aikana opin erinomaisen paljon kuminauhoista. Kuten sen, että haluamamme malli oli koodinimeltään 106. Sain siis tietää, että jokainen kuminauhamalli on standardisoitu ja kantaa omaa koodinimeään, joka kertoo sen ominaisuuksista. Kuminauha 106:n mitat olivat 150 x 15,0 x 1,2 millimetriä.

Nyt oli vain löydettävä kauppa, joka myisi niitä meille. Neljän tuskastuttavan edestakaisen sähköpostiviestin jälkeen hylkäsin yhdysvaltalaisen tukkurin – meitä palveleva henkilö ei kerta kaikkiaan ymmärtänyt, että tilaja sijaitsi Euroopassa. Kuminauhojen etsintä jatkui.

Hetkellisestä vastoinkäymisestä lannistumatta onni potkaisi minua. Löysin lupaavalta vaikuttavan ruotsalaisen yrityksen, joka ei pelkästään tarjonnut etsimäämme tuotetta vaan oli myös erinomaisen palveluhaluinen. Seuraavana päivänä Siam International AB Gislavedissä vastaanotti tilauksemme. Viikko myöhemmin kannoin laatikon ylläkerrassa sijaitsevan työhuoneemme keskelle. Siinä ne nyt olivat, kymmenen kiloa kuminauhoja.

*

Kuminauhan näennäinen merkityksettömyys projektimme kannalta on harha. Tarkemmin katsottuna kuminauhan kautta voimme ymmärtää kaksi tärkeää asiaa. Ensinnäkin vaikutti ainoatakaan viivaa ollut vielä piirrettykään eikä itse käsikirjoitus ollut läheskään valmis, uskoimme projektiimme niin paljon, että meillä oli kymmenen kiloa kuminauhaja. Toisekseen, ja ehkä jopa tärkeämpänä, kuminauhat olivat todiste siitä, että jo aivan alkumetreillä meillä oli selkeä käsitys lopullisesta tuotteesta. Jos kirja olisi liian suuri tai pieni, liian ohut tai paksu, kuminauhat eivät kykenisi palvelemaan tarkoitustaan.

Muistan oppineeni lukion psykologian tunneilla marxilaisen ihmiskäsityksen lähteneen siitä ajatuksesta, että ihminen erotiikseen eläimestä ensin luo mielessään, sitten antaa luomukselleen vasta sitten fyysisen muodon. Eläin puolestaan tuottaa luonnon ajamana ja vahvasti sidottuna omaan elinpiiriinsä. Ihmisen luominen olisi tämän käsityksen mukaan vapaata ja harkittua.

En tiedä, vastaako oppimani ja muistamani kahdenkymmenen vuoden takaa todellista marxilaista ajattelua, mutta työprosessiamme edellä esitetty ajattelumalli kuvastaa hyvin. Rakensimme koko kirjan ja siihen liittyvät osat mielessämme. Ja vaikka ne vasta myöhemmin ne saivat

fyysisen muotonsa, ne olivat meille kahdelle tekijälle olemassa kauan aikaisemmin.

Kuminauhalaatikko nousi symboloimaan meille projektin konkreettisuutta ja patisti meitä työskentelyyn. Työhuoneellamme vierailleiden epäuskoiset ilmeet laatikon äärellä kannustivat meitä näyttämään kykeneväisyytemme.

2.4 Kirja: Tour d'Europe

Formaatti: 165 mm x 230 mm

Sisuksen väri: 1/1, musta

Paperi: Ensolux Cream 2.0, 80 g

Sidos: Liimanidottu

2.4.1 Kansi

Kirjan kansi eroaa vahvasti muusta kirjasta monella tapaa. Ensinnäkin se on painettu nelivärisenä (joskin varsin vahvasti rajatulla väriskaalalla) siinä missä muu kirja on puhtaasti mustavalkoinen. Toisekseen, ja huomattavasti poikkeuksellisempana ratkaisuna, kirjan kannessa ei ole mitään piirrettyä. Tämä ratkaisu erottaa Tour d'Europe -kirjan valtaosasta muita sarjakuvakirjoja, joissa perinteisesti luotetaan piirroskuvaan.

Valintani oli tietoinen ja pyrin sillä korostamaan kirjan omaelämäkerrallista luonnetta. Valokuvaa pidetään yleisesti piirroskuvaa vahvempaan dokumenttina tapahtuneesta. Ja vaikka kannen kuvat ovat selvästi lavastettuja, ne ovat jollain tasolla kuitenkin piirroskuvaa todempia. Käyttämällä valokuvaa kannessa haluan sanoa, että nämä eivät ole keksittyjä tarinoita vaan jotain mikä todella tapahtui.

Työparini Kaisa Leka esitti epäilyksen, ettei mahdollinen lukija osaisi erottaa kirjaa sarjakuvakirjaksi poikkeavan valintani vuoksi. Itse en nähnyt tätä ongelmallisena, sillä jo sijoittelunsa puolesta sarjakuvakirjat ovat omilla osastoillaan niin kirjakaupoissa kuin kirjastoissakin. Ottaessaan siis kirjan käteen tällaisessa ympäristössä lukijalla on jo selvä mielikuva lähestymästään kirjallisuudenlajista. Lukijaa ohjaa siis ennen kaikkea ympäristön luoma odotus eikä niinkään kannen visualiset ratkaisut.

Mutta tätä varsin käytännöllistä lähestymistä tärkeämpänä asiana pyrin kansivalinnallani myös toiseen päämäärään eli kyseenalaistamaan sen, onko kannen perusteella edes pystyttävä tekemään kirjallisuudenlajin määrittelyjä. Onko lukijalle olennaista informaatiota se, sisältääkö kirja kuvallista vai tekstipohjaista kerrontaa? Mielestäni ei. Tarina on tarina, kerrotaan se sitten millä keinoin tahansa, ja sen toimivuus määrittään aivan muiden tekijöiden perusteella kuin valitun muodon kautta.

Minulle mikään ei ollut miellyttävämpää kuin saada kuulla lukijoilta kommentteja, kuten ”kirjaanne lukiessani en edes muistanut sen olleen



Versioita etu- ja takakannen kuvista.

sarjakuvakirja” ja ”en koskaan lue sarjakuvia, mutta tämän teidän kirjanne luin kannesta kanteen yhdellä istumalla”. Nämä sitaatit eivät toki vielä todista, että tämä olisi ollut kannen ansiota. Haluan silti uskoa, että kyseenalaistamalla genreen pesiytyneitä konventioita voidaan parhaimmillaan luoda teoksia, jotka löytävät lukijansa diggaripiirien ulkopuolelta.

Näin ollen valokuvan käyttö sarjakuvakirjan kannessa erottaa ja määrittää kirjaa verrattuna toisiin (kilpaileviin) teoksiin. Olen muissakin sarjakuvakirjoissamme hyödyntänyt valokuvaa kansissa enkä ole kohdannut mitään mikä saisi minut kyseenalaistamaan valintaani.

Kirjan kannen suhteen ajatukseni oli luoda kansi, joka muistuttaisi repussa rähjäntynyttä, monessa mukana ollutta vanhaa pokkarikirjaa. Tätä mielikuvaa vahvistivat myös valitsemani materiaalit: päällystämätön kartonki ja sisuksen korkeabulkkinen paperi.

Ainakin tässä suhteessa arvioin kansisuunnitteluni onnistuneen, sillä useammin kuin kerran olen kohdannut messuilla asiakkaita, jotka ovat lukeneet kirjaamme kirjastossa, ja siunailevat hämmentyneinä: ”Tältäkö sen oikeasti pitää näyttääkin. Minä kun luulin, että se oli vain kulunut tällaiseksi kovassa käytössä.”

2.4.2 Kannen kuva

Itse kansisuunnittelun tärkeimpänä yksittäisenä elementtinä on itseoi-keutetusti kuva minusta pyöräni päällä lähestymässä huimaa vauhtia kuvaajaa. Kuvaa varten hain inspiraatiota venäläiseltä Alexander Rodchenkolta, jonka diagonaalisommittelut ja yllätykselliset kuvakulmat ovat aina vedonneet minuun vahvasti.

Etsiessäni sopivaa ympäristöä kuvalle otatin ensin kuvia Porvoon Mannerheiminkadun sillalla, mutta näistä kuvista puuttui se jokin. Seuraava yrityksemme oli sitten menestyksekkäämpi kuvatessamme Porvoonjoen ylittävällä kävelysillalla. Tämä silta on yksi Porvoon selvästi väheksytyimpiä kohteita, mutta tietystä kulmasta kuvattuna se toimi meille oivallisena ympäristönä. Kuvauksen teimme melko varhain keväisenä aamuna, jolloin saimme kuvaan dramaattisen melko alhaalta tulleen valon.

Itse kuvaaminen tapahtui hiukan tavanomaisesta poikkeavalla tavalla, sillä kaikesta taiteellisesta lahjakkuudestaan huolimatta työparini Kaisa Leka ei ole varsinaisesti kunnostautunut valokuvaajana. Näin ollen asetin kameran jalustalle, säädin aukon ja valaistuksen kohdilleen ja kameran sarjakuvaustilaan, jolloin Kaisan rooliksi jäisi painaa nappia minun niin käskiessä. Tällä tavoin saimme juuri oikeanlaisen kuvan, joskin kuvatessamme eräs ohikulkija oli jo hälyttämässä ambulanssia luullen maassa makaavan Kaisan kärsivän sairaskohtauksesta.

Noin kolmestakymmenestä valotetusta ruudusta valitsin mieleiseni. Tein siitä ensin monokromaattisen, sitten sävytin sitä hiukan ruskean

suuntaan. Tummensin myös kuvan reunoja pehmentäen niitä samalla jonkin verran. Tämä kaikki ohjaa katsojan silmän kannessa esiintyvään pyöräilijään.

2.4.3 Takakannen kuva

Halusin kirjan takakanteen toisen kuvan jonka tarkoitus oli osoittaa, että kyseessä oli kaksikko joka teki matkan. Kuvaajaksi pyysin Voix Du Cyclisme -sanomalehdenkin kuvauksissa avustanutta Kristoffer Åbergia. Taustaksi valitsin silloisen Porvoon luonnonhistoriallisen museon rakennuksen, Porvoo-talon, joka on sopivan jylhä. Kuvaan kaipasin samaa diagonalisuutta ja melodramatiikka kun etukannen kuvassa.

Ajatuksenani oli, että kuva olisi kuin still-kuva jostain vanhasta Suomi-filmistä. Asusteina kuvassa Kaisalla kirpputorilta hankkimani takki ja hattu, minulla matkojamme sponsoreineen House Industriesin villainen pyöräilypaita ja isäni vanha lippalakki. Vaatetus, ympäristö ja kuvan sävytetty mustavalkoisuus sekä rajausta ympyränmuotoiseksi ovat kaikki mukana luomassa haluamani kuvaa menneestä maailmasta, jota ei ehkä koskaan ole ollutkaan.

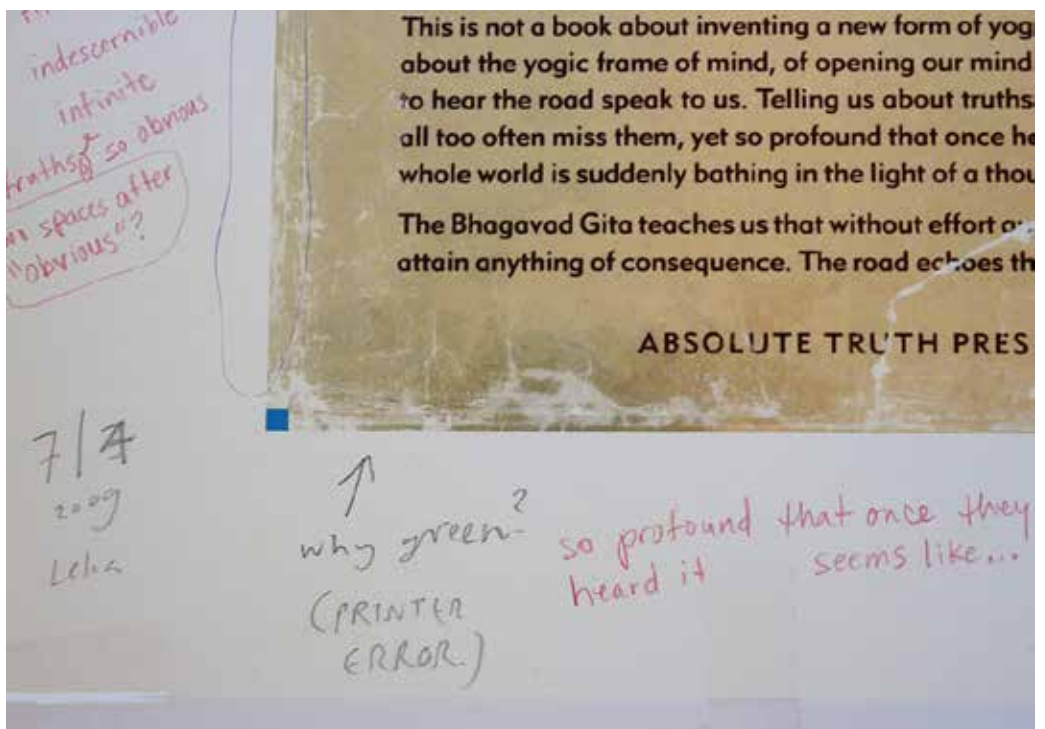
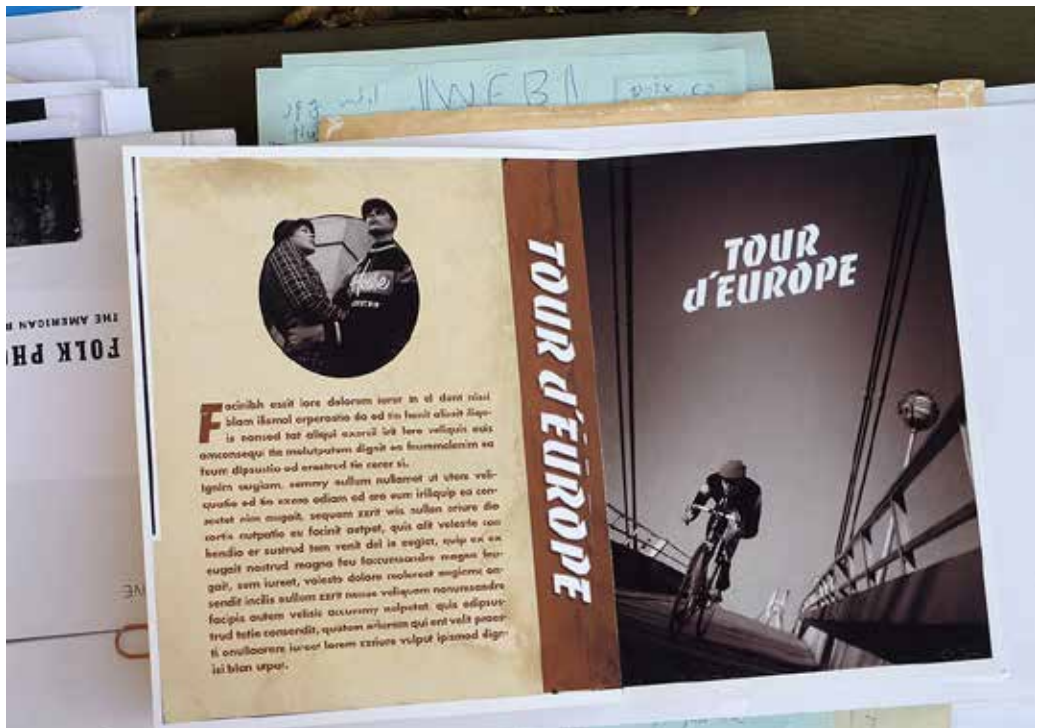
2.4.4 Muu kannen suunnittelu

Säädettyäni kuvan niin, että olin siihen tyytyväinen, oli aika alkaa miettimään kokonaisuutta. Halusin siis saavuttaa kuluneen kirjan tunnun. Sitä päämäärää silmälläpitäen hankin eräältä lahtelaiselta kirpputorilta vanhan vesivahingoittuneen painoksen Robinson Crusoen matkoista. Hyödynsin tämän kirjan (painamatonta) takakantta oman kirjamme takakantena ja jätin paikoilleen jopa myyjän lyijykynällä siihen joskus raapustaman merkinnän. Käytin samaa pohjaa kirjamme selässä, mutta tässä yhteydessä sävytin sen tummanruskeaksi, jotta se tarjoaisi vahvan kontrastin takakanteen.

Kannessa esiintyvät kulumat sain aikaiseksi etsimällä kirpputoreilta ja antikvaarisista kirjakaupoista vanhoja kuluneita mustia suojapäällisiä, jotka skannattuani liitin osaksi kirjamme kantta.

Typografian suhteen tyydyin käyttämään kahta tekstityyppiä: kirjan nimessä esiintyvää Roger Excoffonin Bancoa ja kaikessa muussa tekstissä Willia Addison Dwigginsin Metro sans serifiä. Banco toimi mielestäni oivasti, olihan se alkuperältäänkin ranskalainen ja toi mukanaan juuri oikeanlaista ajankuvaa liitettynä otattamaani valokuvaan. Sans serifin suhteen tein ensin kokeiluja Futuralla mutten missään vaiheessa ollut täysin tyytyväinen siihen miltä se tässä tapauksessa toimi. Halusin kuitenkin takakanteen vanhan, mielellään geometrisen sans serifin.

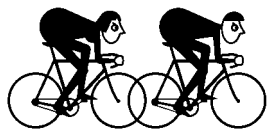
Pienen etsinnän jälkeen päädyinkin Metroon, jonka altavastaajan luonne sopi kirjamme teeman – olihan W.A. Dwiggins aikoinaan Futu-



raa kritisoidessaan sanonut, että kykenisi luomaan paremman tekstityypin itse. Tämän uhon lopputulema oli Metro, joka suosiossaan ei kuitenkaan koskaan päässyt Futuran tasolle. On kuitenkin huomattava, että myöhemmin olen törmännyt melko moniin vanhoihin suomalaisiin painotöihin, joissa on nimenomaan käytetty Metroa. Tämä selittyy sillä, että se oli helposti saatavilla senaikaisille Linotype-koneille.

Kirjasimien käytössä olen ollut hyvinkin perinteinen. Sommittelu on joko keskitettyä tai pidempien tekstien kohdalla tasapalstaa. Omistamastani Bancon versiosta puuttuivat kuitenkin gemena-aakkoset, aivan niin kuin Excoffon sen aikoinaan oli ajatellutkin, joten tein itse kirjan nimesä esiintyvän gemena-d-kirjaimen hyödyntällä osaa P-kirjaimesta ja versaali-I:tä.

Käsittelin myös kaikkea niin kannessa kun kirjan sisuksissa olevaa typografiaa niin, että se muistuttaisi epätasaisesta ja kulunutta painojälkeä. Tämän efektin saavutin avaamalla latomani palstat Photoshop-ohjelmassa ja lisäämällä tason 50 % harmaata. Tätä tasoa käsittelin sitten Render Clouds-filterillä, jonka kontrastia pienensin säätötasomaskilla. Yhdistäen tasot rajaten pois valkoiseksi jäännet alueet pehmensin (blur) tekstimassan, jonka jälkeen tein siitä kovakopion (threshold). Tällä tavalla sain aikaiseksi näennäisesti sattumanvaraisen kulumajäljen, jota käytinkin kaikissa muissa projektin osien teksteissä.



Pyöräilijä-
hahmot

2.4.5 Pyöräilijähahmot Kaisa + Leka

Suunnittelin alkujaan projektin eri osissa komeilevat kaksi kiukkuisen oloista pyöräilijää nimenomaan kirjan likatitteliä varten. Ne olivat kuitenkin niin ilmeikkäät ja oikealla tavalla vanhanaikaisen oloiset, että päädyin hyödyntämään hahmoja myös lippalakissa, sanomalehdessä, leimasimissa ja joogakorttipakkauksessa.

Tein karkean luonnoksen miespuolisesta hahmosta, pyörän malliksi otin perinteisen teräsrunkoisen De Rosa Neo Primaton. Päädyin kaiken järjen vastaisesti luomaan lopullisen version hahmosta InDesign-ohjelmalla, sillä Illustrator-taitoni eivät valitettavasti ole sillä tasolla, mikä olisi toivottavaa. Hyvin hahmo kuitenkin toimi teknisesti näinkin tehtynä, ja koska olin tyytyväinen lopputulokseen, tein siitä vielä naispuolisen version.

2.4.6 Kirjan alkusivut

Likatittelisivua koristavat siis kaksi edellä kuvailtua pyöräilijähahmoa, joiden alla kirjan nimi lukee harvennetuin gemenoin ladottuna Metro-tekstityypillä. Nimiösivua koristavat tekstiosuuden ohella Kaisan piirtämät hiiri- ja ankkahahmot, jotka ovat selvästi sukua likatittelisivun hahmoille. Näin ollaan askel askeleelta laskeuduttu kannen lähes realistisesta valo-

kuvasta tyylieltyjen ihmishahmojen kautta kirjan satumailmaan.

Käytetyt tekstityyppi on edellä mainitun Metron ohella kirjan logoksi jo kannessa nähty Banco. Nimiösivua seuraa sivu, jossa ovat kirjan tekniset tiedot kuten teoksen nimi, tekijät, julkaisija, ISBN-numero ja painopaikka sekä painovuosi ladottuna harvennetulla Metrolla ja sommiteltuna keskitetysti sivun alamarginaaliin. Tätä sivua seuraa sisällysluettelo, joka lienee sarjakuvakirjoissa harvinaisuus. Sisällysluettelon jälkeen lukijaa kohtaa kolmen sivun mittainen johdanto, joka tietoisesti kirjoitettiin niin, ettei sen lukematta jättäminen ollut välttämätöntä teoksen ymmärtämiseksi.

2.4.7 Kirjan muu sisus

Alkusivujen jälkeen kirja itsessään on jaettu kahdeksantoista lukuun. Jokainen näistä luvuista alkaa lyhyellä filosofisella pohdinnalla, joka nojaa löyhästi Bhagavad Gitan esittämään joogafilosofiaan. Tämä lyhyt alustus ei ole välttämätön kirjassa kerrotun tarinan kannalta, ja ajatuksemme olikin alun perin se, että teksti tarjoaa pienen lisän lukukokemukselle jos ei välttämättä ensimmäisellä lukukerralla niin jollain seuraavista. Olimme yllättyneitä, miten monet lukijoistamme näki vaivan, luki tekstin ja kaiken lisäksi löysi siitä monia heille tärkeitä ajatuksia.

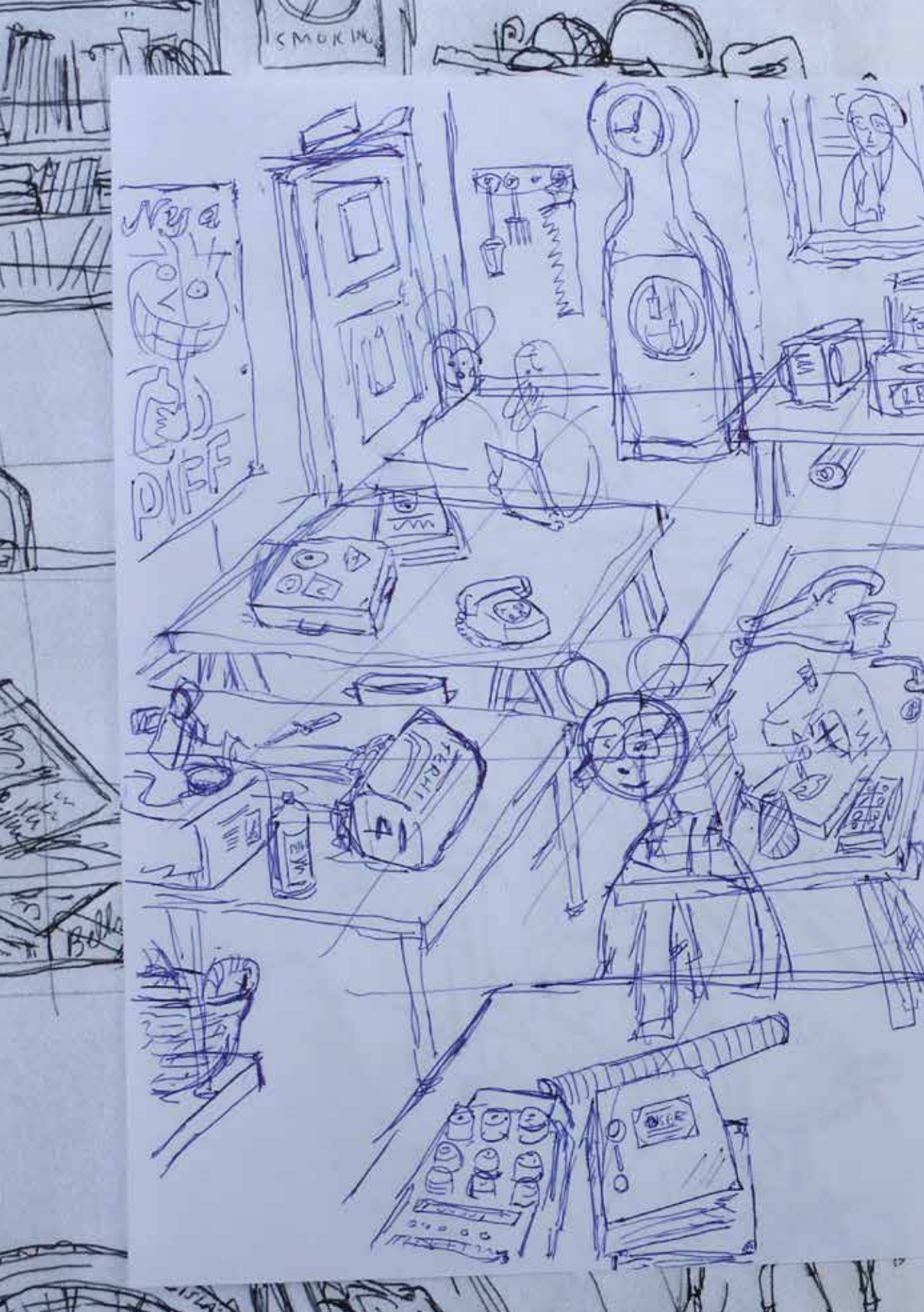
Pääpaino kirjassa on kuitenkin sarjakuvalla, ja sille annetaan selvästi suurin tila. Hiukan tavallisesta poikkeavaa on, että kuvien sommittelu kirjassa muutamaa poikkeusta lukuun ottamatta on erinomaisen yksinkertainen: jokaisella sivulla on yksi kuva, joka kaatuu sivulta ulos. (Erän niin kutsuttu happy accident oli se kaunis kuvio, joka syntyy kirjablokin leikatuille pinnoille. Moni on ihastellut tätä ominaisuutta, jota emme olleet lainkaan suunnitelleet.)

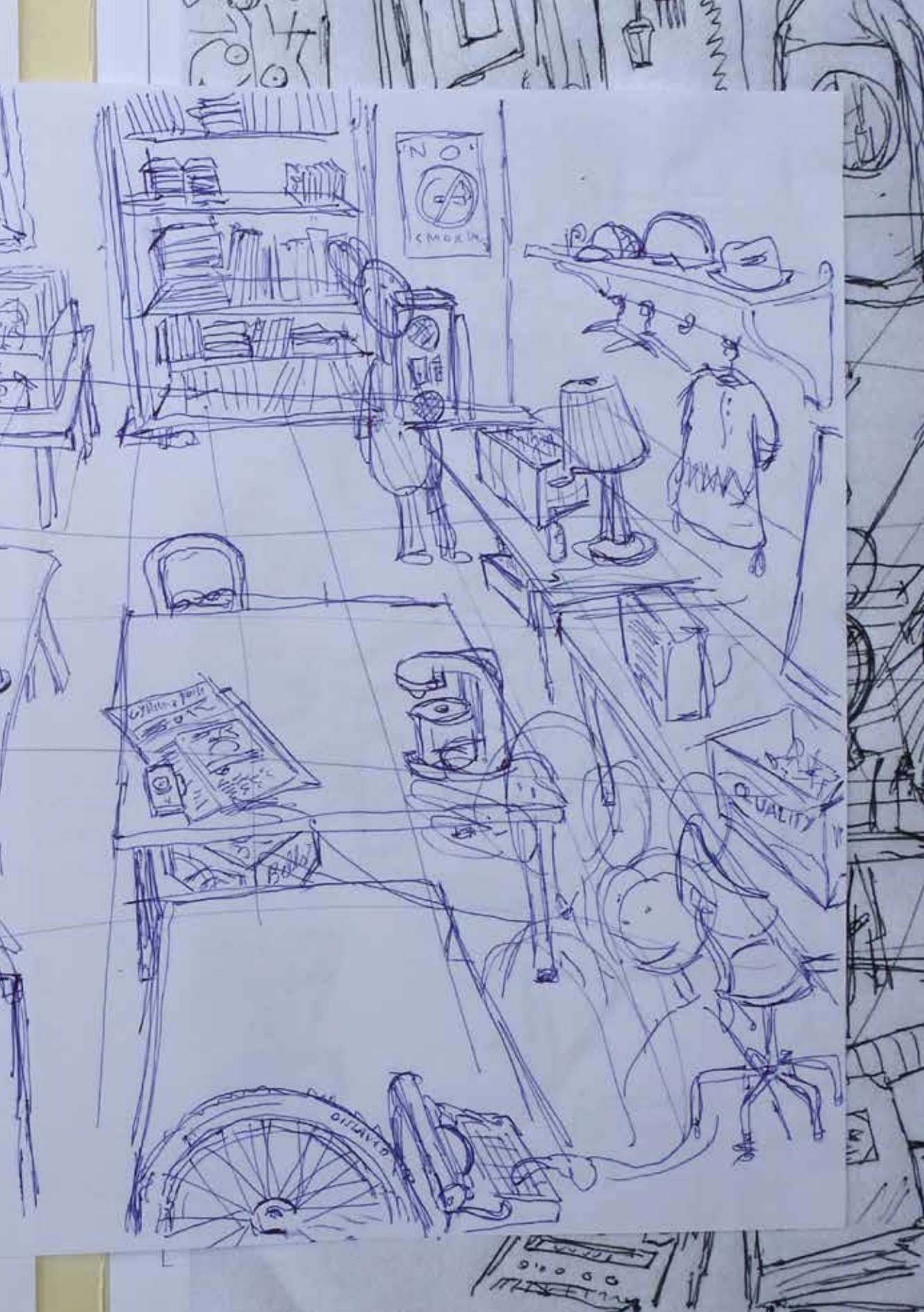
Suurta kiistaa Kaisa ja minun välillä aiheutti kuvitusten yksityiskohtien määrä. Työparini Kaisa Leka oli siihen mennessä tunnettu ankaran minimalistisesta ilmaisustaan, mutta minun painostamana hän (aluksi) vastentahtoisesti piirsi rikkaampia kuvia kuin mihin oli tottunut.

Vaadin yksityiskohtaisempaa ilmaisua, koska matkakirjan tärkeä anti on tarjota lukijalle jonkinlainen käsitys siitä ympäristöstä jonka halki matkataan. Tämä oli mielestäni tärkeä seikka, ja lopputulosta tarkastellessa uskon suuren yleisön ajattelevan samoin.

Työskentelyymme toive suuremmasta määrästä detaljeja merkitsi Kaisan erityisen vaikeana pitämien kuvien kohdalla sitä, että minä sain tehdä niistä luonnokset, jonka pohjalta hän jatkoi piirtämistään. Yksi tällainen esimerkki on koko aukeaman kirpputorikuvaus Ruotsissa. Toinen tapa, jonka Kaisa otti käyttöön kuvatessaan ympäristöä, oli tukeutua minun matkalla ottamiini valokuviiin.

Kirjan kahdeksastatoista luvusta kaksi poikkeaa edellä kuvatusta yksi ruutu per sivu (tai aukeama) ajattelusta. Nämä kaksi esittävät fiktiivisiä





kirjeitä ystävällemme, ja niiden piirrokset ovat naivistisia versioita hiiri- ja ankkahahmosta, ikään kuin sarjakuvahahmojen itse piirtämiä omakuvia. Myös tekstiästyylillä muuttuu näissä kirjan osissa kaunokirjoitukseksi.

Graafiselta muodoltaan nämä fiktiiviset kirjeet jäljittelevät hotellin tarjoamalle paperille kirjoitettuja kirjeitä. Loin kirjeiden typografiset ilmeet käyttäen tekstityyppejä, jotka sopivat luomani menneen maailman henkeen.

2.4.8 Kirjan typografia

Kuten jo aiemmin mainitsin, on kirjassa käytetty kahta tekstityyppiä. Roger Excoffonin vuonna 1951 suunnittelema Bancoa käytin kirjan nimessä, kaikki muu typografia kirjassa on luotu kahta pientä poikkeusta lukuun ottamatta William Addison Dwigginsin Metro-sanseriffiä käyttämällä. Pääosin 1930-luvulla Linotypen julkaisema Metro voidaan luokitella geometriseksi sanseriffiksi, joskin siinä on tiettyjä omalaatuisia piirteitä, jotka erottavat sen lajin puhtaammista edustajista.

Valintani osui Metro-tekstityyppiin sen altavastaaaja roolin vuoksi. Se syntyi Dwigginsin halusta haastaa suosittu Paul Rennerin suunnittelema Futura onnistumatta kuitenkaan tehtävässään erityisen hyvin. Aina-kaan kaupallisesta näkökulmasta tarkastellen. Metron altavastaaaja roolissa oli jotain perin hellyttävää, ja se sopikin luonteeltaan hyvin kirjaan, jossa kaksi tuiki tavallista henkilöä päättää yrittää urotekoa.

Perehtyessäni tarkemmin Metro-kirjasimeen yllätyin siitä, miten paljon sitä oli käytetty Suomessa erinäisissä painotuotteissa. Tämä selittyy sillä, että tekstityyppi oli helposti saatavilla käytössä olleille Linotype-ladontakoneille.

Mitään kirjan typografiasta ei kuitenkaan ole käytetty suoraan ladottuna. Luodakseni kirjalle pehmeämmän luonteen käsittelin kaiken teoksessa esiintyneen typografian vanhahtavaksi pehmentämällä kirjainmuotoja kuvankäsittelyn keinoin.

2.4.9 Kirjan painatus

Suosiessamme kotimaisia ja töiden niin salliessa paikallisia painotaloja päädyimme Porvoossa sijaitsevaan Bookwelliin. Alustavasti kävimme myös keskusteluja Jyväskylässä sijainneen Gummeruksen kanssa, mutta heidän laitteistonsa avulla ei olisi pystytty tuottamaan kirjaa halua-mallamme tavalla vaan formaattia olisi pitänyt pienentää merkittävästi.

Yhteyshenkilömme Bookwellilla oli sittemmin yrityksen palveluksesta eronnut Rainer Pöysä. Tapasimme ennen kirjan tuotantoa Pöysän kaksi kertaa ja kävimme läpi hänen kanssaan materiaalivalintoja ja kirjan rakennetta. On mielestäni erittäin tärkeää luoda toimiva suhde pai-

Metromedium
Two Regular
käsittelynä

non työntekijöihin ja saada heidät ymmärtämään toiveet projektin suhteen.

Turhan usein saan kuulla ongelmista, jotka johtuvat puutteellisesta kommunikaatiosta työn tilaajan ja tuottajan välillä. Kun painossa ymmärretään, mihin asiakas pyrkii (vähänkin erikoisempien painotuotteiden suhteen) ja graafinen suunnittelija ymmärtää painon rajoitteet ja mahdollisuudet, saavutetaan poikkeuksetta parempia lopputuloksia.

Yksi käytännön esimerkki toiveesta, jota ei käyttämällämmme painokoneella ollut mahdollista toteuttaa, oli ruskean painoväriin käyttö mustan sijaan. Jos olisimme pitäneet itsepäisesti kiinni ajatuksesta ruskeasta painoväristä, meidän olisi pitänyt painattaa kirja toisella painokoneella, ja tämä olisi lisännyt painokuluja huomattavasti.

Kun kirja lopulta painettiin, se tehtiin kahdessa osoitteessa kahdella eri paikkakunnalla. Kirjan kansi painettiin Bookwellin Porvoon painossa, kirjablokki Juvalla. Ennen kansitusta saimme kansiarkin tarkistettavaksi ja hyväksyttäväksi.

Muuan pieni ja melko merkityksetön seikka, joka meille valkeni kirjan valmistuttua ja joka silti oli meille henkilökohtaisesti melko hauska, oli se, että Tour d'Europe oli silloin paksuin Suomessa julkaistu sarjakuvakirja. Ainakaan kukaan ei ole toistaiseksi kumonnut väittämääni.

2.5 Kirjan kannen lipare/vyö

Formaatti: 120 mm x 330 mm

Laajuus: 2

Sisuksen väri: 1/0

Paperi: Munken Lynx 80 g

Työparini Kaisa Lekan suuri huoli kannen suhteen oli se, ettei sitä valokuvan vuoksi ymmärrettäisi sarjakuvakirjaksi. Niinpä pienen painostuksen jälkeen esitin hänelle kompromissiratkaisua: painattaisimme puoleen kirjoista erikseen liitettävän paperisen vyön kanteen, jota koristaisi piirroskuva ja tekstinpätkä josta selvästi kävisi ilmi kirjan luonne.

Kirjan nimen ohella kooltaan ja painoarvoltaan vyön tärkeimmässä tekstissä lukee: "The brand new comic book by award-winning author Kaisa Leka." Vyön alaosassa valistetaan lukijaa sanoilla: "The 476 page story of an amazing transcontinental bike journey."

Vyön typografiaa noudattaa tututtua kaavaa, lukuun ottamatta negapohjalla olevaa päätekstiä, joka on ladottu Morris Fuller Bentonin Empire-nimisellä kapeahkolla art deco tyyllisellä päätteettömällä kirjasimella.

Painotyö toteutettiin kustannusten minimissä pitämisen vuoksi yhdellä värillä eli samalla tummanruskealla kuin mitä oli käytetty Le Prologue -vihkossa ja karttaliitteessä. Painotyö ja jälkikäsittely tehtiin porvoalaisessa TT-Urex-painossa.

2.6 Karttaliite

Formaatti: A2, 420 mm x 596 mm

Väri: 2/0

Paperi: Munken Lynx 120 g

Sidos: Pitkäsivu poikki, taiteltu A5-muotoon

Mielestäni matkakirjassa kiinnostavin osa on monestikin kartta, jonka avulla voi seurata matkan etenemistä toisena kerronnan tasona. Ja mikäli kartta tulee kirjan mukana liitteenä on iloni sitäkin suurempi. Näin ollen tiesin projektin alusta asti, että meidänkin teoksemme sisältäisi oman kartan.

Kartan tulisi silti ensisijaisesti toimia osana sarjakuvakokonaisuutta, emmekä missään vaiheessa elätelleet ajatusta siitä, että kukaan lähtisi sen avulla navigoimaan. Toisin sanoen karttamme primääri tarkoitus oli tunnelman luominen, ei informatiivisuus.

Suunnittelemamme karttaa on rajattu versio Euroopasta, joka piirtyy tekemämme matkan mukaisesti. Itse kartta peittyy suurelta osin hiiri- ja ankka-hahmoista, jotka tarjoavat lyhennettynä versiona saman tarinan kun kirjakin. Kartan oikeassa alakulmassa oleva infolaatikko toimii kirjalle toisena sisällysluettelona – sen vasen palsta kertoo paikan nimen missä yövimme oikean palstan ilmaistessa sivunumeron kirjassa. Näin lukija voi etsiä kirjasta kohdan paikkakunnan mukaan.

Kartan kehyksen hiukan rosoiset viivat poimin eräästä 1900-luvun alun saksalaisesta karttakirjasta korjaten kuitenkin leveysasteet vastaamaan oikeita. Teksteissä maat on ladottu versaalein ja vesistöt harvenne-
tuin gemenoin, kummassakin tapauksessa Metro-sans serifillä.

Kartan painatus tehtiin TT-Urexilla käyttäen kahta samaa painoväriä kuin Le Prologue vihkossa. Kartan formaatti on plaanona A2 taiteltuna pitkäsivu poikki -menetelmällä A5 kokoon niin että se sopii kirjan takakannen alle.

2.7 Le Prologue-vihko

Formaatti: 135 mm x 190 mm

Laaajuus: 32 + 4

Sisuksen väri: 2/2

Paperi: Munken Lynx 80 g, kannet Munken Lynx 130 g

Sidos: Stiftattu

Le Prologue oli projektimme ensimmäisenä valmistunut osa. Tämä ei ollut sattuma, sillä Le Prologue oli meille valmiin tuotteen ohella testilaboratorio, jossa pystyimme kokeilemaan ideoitamme kohtalaisen edullisessa muodossa. Le Prologue on monella tapaa melko perinteinen pieni



sarjakuvavihkonen niin muodoltaan kuin laajuudeltaan. Meille se tarjosi kuitenkin mahdollisuuden nähdä, miten hyvin ideamme isoa kirjaa varten toimisivat.

Teos itsessään kertoo vuonna 2007 tekemämme pyörämatkan viimeisestä päivästä. Tarina vie meidät jo ensi aukeamalta Pohjois-Norjaan vihkon sisäkannessa sijaitsevan kartan välityksellä. Kartan oikeanpuolisella sivulla on päiväkirjamerkintä tai lyhyt kirje, jonka kautta lukijalle avautuu kirjoittajan sisäinen maailma. Itse sarjakuva alkaa seuraavalta sivulta aamuisella kohtauksella ja jatkuu kuvaten yhden päivän tapahtumia ja tunteita.

Tarina on sisällöltään pieni ja sympaattinen mutta samalla monitasoinen. Se tarjoaa kepeää hupia mutta antaa myös tilaa ajatuksille. Ja mikä tärkeintä projektin jatkuvuutta ajatellen, se jättää lopun avoimeksi.

Kerronnan ohella kokeilimme Le Prologuessa värien käyttöä, kuvien sijoittelua painopinnalle, paperinvalintaa ja siitä seuraavia heikkoa opasiteettia ja typografiaa.

Näistä tärkein kokeilu liittyi sivurakenteeseen. Sen tuloksia hyödynsimme suoraan Tour d'Europe -kirjassamme. Useimmissa sarjakuvakirjoissa sivut on jaettu ääriiviivoin yhteen tai useampaan ruutuun. Le Prologuessa poikkesimme tästä tutusta kaavasta antamalla kuvan kaatua ulos sivulta tai joissain tapauksissa aukeamalta. Yhdellä sivulla (tai aukeamalla) olisi siis vain yksi kuva. Tämä ratkaisu rajoittaa piirtäjää mutta vapauttaa hänet samalla turhasta ajattelutyöstä. Raamit on ikään kuin valmiiksi sovittu ja peli pelataan niiden sisällä. Mahdollisuuksia rajoittamalla saavutetaan parhaimmillaan ryhdikkäämpi tuote. Riskinä tällaisessa ratkaisussa on toki se, että lopputulos on tylsä ja toistaa itseään.

Ratkaisu asettaa kuvat aina samalla tavalla sivulle voi myös nähdä viittauksena kirjallisuuteen – tekstikirjat poikkeavat harvoin palstan muodosta koko kirjan aikana.

Värit valitsimme johtaksemme ajatuksen jollekin tarkemmin määrittelemättömälle vuosikymmenelle. Mielessämme sijoitimme ulkoasun tyylillisesti jonnekin 1950-luvulle, mutta avautuiko tämä lukijoille, jäi vaille vastausta ja on tietystä mielessä merkityksetön. Meitä itseämme tämä avoin määrittely kuitenkin auttoi kokonaisuuden rakentamisessa.

Painoväreinä käytimme kahta ruskeaa väriä: tummempaa punaruskeaa ja kellertävää vaaleanruskeaa. Myös nämä värit toistuvat Tour d'Europe -kirjan kannessa. Pyrkimyksenämme oli luoda linkki jokaisen projektin osan välille, joskus konkreettisemmin, toisinaan abstraktimmin.

Paperivalintamme osui sisuksen kohdalla yhteen ohuimmista saatavilla olleista offsetpapereista, Munken Lynxin 80-grammaiseen. Tarkoituksenamme oli tietoisesti haastaa ainakin projektin aikana valloillaan ollut käsitys opasiteetin tärkeydestä. Läpikuultamattomuus on aihe, joka usein liikuttaa graafikot lähes kyyneliin, mutta tavallisia lukijoita seurat-

tuani olen huomannut, ettei tällä muuttujalla ole paljoakaan merkitystä. Tai ehkä enneminkin pitäisi sanoa, ettei sen merkitys ole niin lineaarinen ja yksioikoinen kuin usein ammattipiireissä annetaan ymmärtää. (Johansson, Lundberg, Ryberg, 1998.)

Heikko opasiteetti antaa parhaimmillaan sattumalle mahdollisuuden muuten niin kontrolloidussa painotyössä antaen pienen viitteen siitä mitä on tulossa. Tätä ominaisuutta emme hyödyntäneet sen mielestämme onnistuneesta lopputuloksesta huolimatta Tour d'Europe -kirjassa mutta kylläkin sitä seuranneessa Expedition No. 3 -teoksessa.

Typografiaa esiintyy vihkossa ainoastaan kahdella viimeisellä sivulla. Takakannen kirjaluetelossa kokeilin ensimmäistä kertaa William Aldo Dwigginsin Metro-kirjasinta. (Metro-kirjasimesta enemmän Tour d'Europe -luvussa.) Yhtenä typografisena kokeiluna päätin toimia vastoin Frederic Goudyn ja Eric Gillin ohjeita (Gill, 1931) ja harventaa gemenatekstiä. Olin varsin tyytyväinen radikaaliin kokeiluuni, ja harvennetut gemenakirjaimet saivat sijan myös Tour d'Europe -kirjassa.

Vihko painettiin Formato Print -painossa, painos 500 kappaletta.

2.8 Dvi-Chakra Yoga -kortit

Formaatti: 100 mm x 150 mm

Laajuus: 12 korttia + kannet

Sisuksen väri: 2/1

Paperi: Munken Lynx 300 g

Tour d'Europe-kirjan alaotsikko "The Yoga of Road cycling" viittaa kestävyysurheilun meditatiiviseen puoleen, siihen miten pitkäkestoinen ja itseään toistava suoritus tuo mukanaan mielenrauhan, jonka tarkoitus on vapauttaa ajatus tutuista kaavoistaan. Tour d'Europe käsittelee nimenomaan tätä aihetta pohtien sisäisen ja ulkoisen matkanteon välistä suhdetta.

Jossain vaiheessa syntyi kuitenkin ajatus tulkita alaotsikko kirjaimellisemmin hauskana lisänä kirjalle: miltä näyttäisi pyöräjooga? Inspiraationa alustaville kokeiluilleni hain vanhoista ruumiinkulttuuriin syvennyksistä julkaisuista ja liikuntaoppaista joissa ihmisen ruumiillisuuteen suhtaudutaan nykynäkökulmasta katsoen hellyttävällä vakavuudella. Myös joogasaleja koristavat asanasarja-julisteet olivat omiaan innoittamaan tätä osaa projektista.

Miettiessäni sopivinta muotoa kokeilulle päädyin pian postikortteihin kahdesta syystä: ne olisi ensinnäkin helppoja myydä kokonaisuutena, sillä ihmiset ovat tottuneet ostamaan kortteja nipuittain tai sarjoina, ja toisaalta taas korttisarja olisi helppo ja edullinen lähettää pr-materiaalina verrattuna esimerkiksi perinteiseen julisteeseen. Tämän lisäksi kortit saattaisivat parhaimmillaan levitä maailmalle muiden lähettäminä.



Vaipuminen kyykkyyä keskustan supistumatta.
Valok. B. R.



Vaipuminen kyykkyyä keskustan supistussa.
Valok. B. R.



ja kolhoaminen taksi-



Jalkojen veto suoriksi keskustan ojentuessa.
Valok. B. R.



Jalkojen vaipuminen notkoon keskustan supistuessa. Valok. B. R.



Esimerkkejä valmiista pyöräilypostikorteista.

Tutkittuani keräämääni inspiraatiomateriaalia päädyin mustavalkoiseen esitystapaan, joka tekisi korttien iänmäärityksen vaikeammaksi. Värimaailman rajaaminen mustavalkoiseksi toi tietyn ajattomuuden lisäksi mukanaan yhtenäisyyden tuoteperheen muihin osiin, kuten Voix de Cyclisme -sanomalehteen ja Tour d'Europe -kirjan kanteen.

Käytännössä korttien mustavalkoisuus ei kuitenkaan ole yhdellä painovärillä saavutettu, vaan laajemman sävytoiston vuoksi päädyin käyttämään kahta painoväriä, mustaa ja pantonen lämmintä harmaata. Väri-
valinta oli myös linjassa haetun vanhahtavuuden kanssa.

Pohtiessani mitä asentoja kortteihin valitsisin keskustelin aiheesta as-
tangajoogi Tero Liukkosen kanssa, ja suunnittelimme yhdessä sarjan, joka olisi tarpeeksi monipuolinen mutta samalla sellainen, jonka kykenisin toteuttamaan.

Luonnosteltuani korteissa esiintyvät asennot sovin tapaamisen valokuvaaja Antti Ahtiluodon kanssa. Esittelin hänelle haluamani kaltaista kuvamateriaalia, ja pohdimme yhdessä, miten parhaiten saavuttaisimme oikeanlaisen lopputuloksen. Alusta asti oli selvää, että kaikki kuvattaisiin ”oikeasti” ja pyrittäisiin minimaaliseen kuvakäsittelyyn tai manipulointiin. Käytännössä tämä tarkoitti kuvissa esiintyvän pyöränrenkaan saattamista ”leijumaan” ja pysymään pystyssä langoilla ja nipusiteillä.

Kuvankäsittely rajattiin siis koskemaan ainoastaan kuvan kääntämistä monokromaattiseksi ja kuvan terävöitystä, kaikki muu saavutettaisiin muilla apuvälineillä.

Näkyvänä kuvausrekvisiittana käytimme vain polkupyörän rengasta vanteineen. (Renkaan olin käsitellyt rengasvahalla, joka takasi sille syvemmän mustuman.) Asuksi kuvaan valitsin haetun hengen mukaisesti kokomustan asun kireine housuineen ja tiukan villapaidan, johon ompe-
lutin sanan ”Verite” – totuus.

Itse kuvaukset sujuivat suunnitelmien mukaisesti. Kuvausassistentteina toimivat työparini Kaisa Leka ja valokuvaaja Veli-Matti Hoikka. Valitsin kolmetoista kuvaa ja aloin perehtyä duotone-painatuksen saloihin. Tässä minua avusti palkittu kirjasuunnittelija Peter Sandberg, joka graafikkona ja valokuvaajana tiesi aiheesta minua huomattavasti enemmän.

Korttien takapuolen asanoiden nimeämisessä auttoi minua sanskritia tunteva tohtori Måns Broo Åbo Akademin uskontotieteen laitokselta. Hänen avustuksellaan muokkasimme ja uudelleentulkitsimme klassisen as-
tangajoogan asanoita nimeten ne löyhästi pyöräilyyn liittyviksi. Koko sarjan nimi ”Dvi-chakra Yoga” merkitseekin kahden pyörän joogaa.

Kirjasin korteissa on sama kuin Tour d'Europe -kirjassa ja Le Prologue -niteessä eli W.A. Dwigginsin Metro sans serif. Samoin kuin Le Voix de Cyclisme-sanomalehdessä lyhyet teksti ovat keskitettyjä.

Itse kortit painatettiin porvoalaisessa TT-Urex-painossa. Paperiksi olin valinnut Munkenin päällystämättömän 300 grammaisen Lynxin,

joka toistaa kuvia hyvin ja joka on materiaalina miellyttävän pehmeä. Olin paikalla seuraamassa painatusta, sillä kokemukseni on ollut, etteivät painajat useinkaan aja paperille tarpeeksi väriä, jolloin haluttua mustumaa ei saavuteta. Kun saimme säädöt kohdilleen annoin korteille painoluvan.

Kuoren tai kotelon suunnittelussa keskustelin TT-Urexin painajan kanssa, ja teimme hänen kanssaan muutamia mallikokeiluja, jotta saisin käsityksen siitä miten materiaali käyttäytyisi nuutatessa ja stanssattaessa.

Painetut kortit toimitettiin erillisinä laatikoissa ja kotelo plaanona. Näin olleen osa jälkikäsitteilytyöstä eli pakettien kasaaminen tapahtui työhuoneessamme. Niinpä kaikki meillä vierailleet saivat osallistua talkootyöhön.

2.9 Borgå-lippalakki

On yksi asuste, joka elimellisesti liittyy pyöräilyyn ja jota ei muissa lajeissa samassa muodossa esiinny, on tietenkin pyöräilylippalakki. Tunnusomainen pieni lippa erottaa sen vaikkapa amerikkalaisista baseball-lippalakeista.

Pyöräilylippalakit on useimmiten tehty ohuesta puuvillakankaasta, johon on painettu sponsorien tai pyörävalmistajien logoja. Tunnetuimmat ja klassisimmat pyöräilylippalakkimallit ovatkin jääneet elämään piireissä huomattavasti mainostamiaan tuotteitaan kauemmin. Jopa niin, että monelle saattaa olla epäselvää, mitä kyseinen merkki aikoinaan mainosti – faneille riittää tieto siitä, että legendaarinen belgialaispyöräilijä Eddy Merckx käytti juuri tuota lakkia aikoinaan voittaessaan Tour de Francen.

Kirjan työstämisen alkuvaiheilla syntyi meillekin varsin varhain ajatus omasta lippalakista pienenä lisätuotteena kirjan yhteyteen. Aloitimme suunnittelun vaatimattomasti ajatuksenamme tilata valmiita valkoisia lippalakkeja ja painattaa niiden lippaosuuteen jokin pieni teksti. Mutta niin kuin usein projekteissamme käy, vaatimustasomme nousi ja asetimme toiveemme aina vain korkeammalle. Enää ei riittänyt valmis malli vaan painattaisimme ja ompeluttaisimme omat lakkimme.

Ensimmäinen kysymys oli, olisiko pienerän tuottaminen taloudellisesti mahdollista. Otin yhteyttä kotikaupungissani sijaitsevaan Borgå Hantverks- och konstindustriskolanin ompelun ja vaatesuunnittelun opettajaan Leena Backmaniin, jolta pyysin tarjouksen ompelutyöstä. Ennen varsinaista tarjousta kävimme kuitenkin yhdessä Backmanin kanssa läpi tarvittavat työvaiheet ja materiaalit, ja sain häneltä kaavat painotyön suunnittelua varten. Lippalakin rakenteen suhteen päädyimme perinteiseen nelipaneeliseen malliin.

Seuraavaksi otin yhteyttä seripaino Lupus Printtiin, jossa keskustelin



Inspiraation lähde:
Brooklyn-pyöräilylippalakki



Inspiraation lähde:
San Francisco-pyöräilylippalakki

graafikko ja painaja Susi Leinosen kanssa kustannuksista, painorajoitteista ja aikataulusta. Päädyimme osittain taloudellisista syistä painattamaan lippalakit yhdellä painovärillä. Useamman värin käyttöön ei kuitenkaan olisi ollut tarvetta, vaikkeivät kustannukset sitä olisi vaatineet, sillä saavuttaisimme haluamamme tuloksen yhdelläkin värillä.

Kenties suurimman salapoliisityön lippalakeissa vaati lipan sisälle tulevan ohuen muovilevyn löytäminen. Pienen etsimisen jälkeen päädyin asioimaan Etrana tunnetussa teollisuus-Etolassa, jonka valikoimassa oli suuri määrä eri vahvuisia maidonvalkeita levyjä. Näistä valitsin 0,4 millimetriä paksun levyn, joka olisi vielä helposti muotoiltavissa mutta joka ei olisi liian taipuisa vaan säilyttäisi lipan ryhdin myös päälle puettuna.

Kun olin saanut ja hyväksynyt niin Borgå Hantverks- och Konstindustriskolasta kuin Lupus Printiltä saamani tarjoukset, oli aika alkaa suunnitella miltä lakki näyttäisi. Selvää oli, että sen piti sopia osaksi muuta tuoteperhettä, ja näin ollen päädyimme käyttämään samoja elementtejä kuin kirjassa ja sanomalehdessä.

Painoväriksi valitsin saman tummanruskean kuin kirjan selässä. Lakin etu- ja takapaneeliin päätimme painattaa kaksi kiukkuista pyöräilijää sukupuolten tasa-arvon nimissä niin, että puolella lakeista naishahmo olisi edessä, toisessa puolella mieshahmo. Näin tuleva asiakas saisi itse valita kumpi sukupuoli johtaisi – pieni mutta yllättävän suuren suosion saavuttanut ele.

Kummatkin sivupaneelit ovat elementeiltään ja väriykseltään samanlaiset. Kuvana sivupaneeleissa on Porvoon uusi kävelysilta, joka lieenee yksi kaupungin vihatuimmista arkkitehtonisista luomuksista. Silta edustaa porvoolaisille jotain epämääräisen neuvostoliittolaista kulmikkaine betonirakenteineen. Meidän tarkoituksimme silta sopi kuitenkin erinomaisesti, ja kuvattuna tietystä kulmasta se on karunkaunis.

Sillan käyttämisestä pyöräilylippalakeissa on pitkät perinteet, josta tunnetuin lieenee Brooklyn-lakki, jonka sivupaneelissa komeilee Brooklyn Bridge. Toinen klassikkolakki piireissä on San Francisco -lakki, jonka sivupaneelissa esiintyy Golden Gate Bridge. Niinpä päätimme nostaa Porvoon kävelysillan näiden kahden rinnalle samanarvoisena konstruktiona. Kirjaan valintamme liittyy jo sitenkin, että kannen kuvassa näkyy samainen kävelysilta.

Tekstityypiksi valitsin Voix Du Cyclisme -sanomalehden nimiössäkini käyttämäni Crous Vidalin Paris-kirjasimen. Pohtiessani kumpaa kieltä käyttäisin lakissa kotikaupungistani, Porvoo vai Borgå, konsultoin House Industrisin typografista johtajaa Ken Barberia. Kenin mielestä å-kirjaimen pallo toisi mukanaan eksotiikka, jota Porvoo-sana ei saavuttaisi, joten päädyin ruotsinkieliseen nimeen.

Pieneksi ongelmaksi nousi, ettei Paris-kirjasimen digitaalisessa versiossa ollut skandinaavisia merkkejä, joten jouduin itse rakentamaan kirjaimen taitto-ohjelmassa.



BORGER



BORGER

F6

39

28

27

30

35

33

Suunnittelutyö oli minun osaltani ohi tällä, ja seuraava askel oli kankaan painatus ja lakkien ompelu. Leena Backman toimi ohjaajana, ja Saara Tikkanen ompeli.

Kaikista kirjan eri sivuprojekteista lakeista tuli yllättäen kaikkein suosituimmat, ja myimme niistä suurimman osan jo kirjan julkaisemistilaisuudessa.

2.10 Voix du Cyclisme -sanomalehti/juliste

Formaatti: Broadsheet

Laaajuus: 4 sivua

Paperi: 55 g, ISO68

2.10.1 Miksi sanomalehti?

Ajatus sanomalehdestä syntyi miettiessämme edullista tapaa tuottaa näyttävä juliste kirjallemme, joka samalla olisi projektin hengen mukainen ja helppo postittaa. Pyrkimyksemme oli suunnitella juliste, joka toki auttaisi meitä saamaan näkyvyyttä projektillemme mutta joka samalla olisi tuotteena niin viehättävä, että ihmiset voisivat kiinnittää sen seinälle pelkästään siksi, että se näyttäisi hyvältä.

Olin opettaessani Mediatalo-projekti-kurssia Lahden Muotoiluinstituutilla tutustunut sanomalehtigraafikko Matti Turpeiseen, jolla oli työssä puolesta hyvät suhteet ESS-painoon. Niinpä sain Turpeiselta vinkin yhteyshenkilöstä painossa, ja mikä olennaisempaa hän suosittelee projektiani heille yleisesti kiinnostavana painon näkökulmasta, joten sain heiltä myös erittäin edullisen tarjouksen painotyön toteuttamisesta.

Käytyäni painon kanssa keskustelut teknisistä rajoitteista päädyin formaattivalinnassa painotuotteiden dinosaurukseen eli broadsheet-kokoiseen lehteen. Ajatuksena minulla oli alusta alkaen, että etu- ja takakan- si olisivat puhtaasti tekstiä vanhojen sanomalehtien hengen mukaisesti, mutta avattaessa lukijaa kohtaisi koko aukeaman kattava mustavalkoinen valokuva.

Pyörittelin eri nimivaihtoehtoja jonkin aikaa mutta päädyin vanhan- aikaiseen ja mahtipontiseen nimeen Voix du Cyclisme – Pyöräilyn Ääni. Lisäksi sen luona sanakuva oli mielestäni varsin kaunis.

Lehden nimiötä hahmotellessani kokeilin muutamaa eri kirjasinta, kuten esimerkiksi Mark Simonsonin Mostraa, jonka muotokieli on italialaisen modernismin innoittama. Koska kuitenkin halusin pitää kiinni tietystä tarkemmin määrittelemättömästä ranskalaisuudesta päädyin lopulta Enric Crous Vidalin Paris-tekstityyppiin.

Paris on päätteetön kurssiivi versaaliaakkosto, joka julkaistiin 1953. Sille tunnusomaista on kapeahko kirjainmuoto ja elegantti rytmi. Sen kirjainmuodoissa on puhtaan geometrian ylittävää yllätyksellisyyttä ja

voimaa. Nimiön tekstin oikealla puolella esiintyvät lakista ja kirjan likatittelisivulta tutut hahmot.

Sanomalehden otsikoihin valikoitui Jean Francois Porchezin vuonna 2001 julkaisema Ambroise Didot. Se on ranskalaisen Didot-kirjapainajasuvun myöhempiä tekstityyppejä 1830-luvulta. Sen kirjainmuodot ovat kavennettuja, ja tietyissä kirjaimissa näkyy vahvasti persoonallinen ote aakkostoon – kenties eniten tämä näkyy gemena g-kirjaimessa, jonka alakaari jää avoimeksi tavalla, jota en muissa tekstityypeissä ole nähnyt.

Pääartikkeleissa käytin tekstityyppejä kauttaaltaan versaaleina, pienemmissä artikkeleissa käytin kontrastin ja rytmin luomiseksi myös gemena-aakkostoa.

Leipätekstissä käytin tavallista Didot'ta. Näin ollen kaikki käyttämäni tekstityypit olivat ranskalaista alkuperää. Tieto, jota satunnainen lukija ei varmastiakaan tiedosta mutta joka on omiaan luomaan julkaisun henkeä.

Kuten kaikissa muissakin projektin osissa käsittelin typografiaa tehden siitä vanhahtavan ja osittain kuluneen painojäljen kaltaista pyrkien tietoisesti välttämään liioittelua. Vanhahtavuuden nimissä päädyin myös muutamaaan typografiseen ratkaisuun, joita saattaisi tämän päivän näkökulmasta tarkastellen pitää typografisina virheinä. Näistä näkyvin on sisennyksen käyttö artikkelin alussa.

On myös tärkeää kiinnittää huomiota siihen, että kaikki sanomalehdessä löytyvät artikkelit viittaavat kirjan sisältöön – joko suorasti samoja tapahtumia eri näkökulmasta kuvaillen tai, kuten toisessa pääartikkelissa, pyrkien esittelemään kirjan taustafilosofiaa. Itse tekstin muotoilussa pidättäydyin perinteisessä tasapalstassa, jolla saavutin vanhan sanomalehden loputtomalta tuntuvan tekstierämaan kokemuksen.

2.10.2 Valokuva

Pääasia sanomalehdellä oli kuitenkin toimia julisteena. Ajatuksena oli kuva joka hakisi innoitusta pyöräilyn kultakaudelta 1950-60-luvulta pyrkimättä sen tarkemmin määrittelemään kuvan ottamisen ajankohtaa. Värimaailma kuvassa olisi mustavalkoinen kuten muuallakin sanomalehdessä.

Pohtiessani kuvassa tarvittavaa rekvisiittaa päädyin vaatetuksen puolesta identtisiin ajoasuihin, joka vahvistaisi joukkueajatusta sillä erotuksella, että lakkimme poikkesivat toisistaan. Pyöränä minulla on kuvassa allani samainen Sport, joka komeilee itse kirjan kannessa, Kaisalla puolestaan kuvausta varten lainattu Colnago. Kuvaajaksi pyysin tuttuavaani Kristoffer Åbergä, joka työkseen kuvaa porvoolaiselle Borgåbladet-sanomalehdelle.



HELSINKI Sunday (ATP) When asked about her least cycling memory, Kaisa Lehto recalls "rolling down the road to Mehmann, a small fishing village." It was almost disgustingly idyllic," she continues, "the sun had begun to set, the air had gotten cooler, the Arctic ocean glimmered as the last rays of the sun hit its pure, clean water. It was the perfect Kodak moment. If there ever was one."

What had been slightly less idyllic took place a few hours earlier. "At that point the two of us started to become seriously tired from the day's endeavor. Struggling up the Norse fjell was hard enough on itself," Kaisa recalls, "but with a good part of the road ripped open, our progress almost came to a standstill."

But even when forced to walk, their bikes for some fourteen kilometers the rough terrain of what would become a road, Kaisa and her husband, Christoffer, continued. The plan was to try to make it to Mehmann the same evening, knowing well that if there were any more obstacles their only option would be to set up camp in the fjell. Not an attractive option at that as food supplies were running low. "It was mentally hard," Kaisa confesses.

After entering the Nordkyn Peninsula, however, the quality of the roads took a distinct turn for the better. It was then that the couple dared to entertain the idea that they indeed would reach their goal. But even then it would require additional hours of pedaling. And there was little assurance that the road actually would stay as good as it now appeared.

There were times during our journey when I asked myself why I would put myself through something like this," Kaisa confides, "but as soon as the village opened before our eyes we knew it had all been worth it. It was simply one of the most beautiful things I have seen."

But to experience this view had required its share of sacrifices. Preceded by some 1700 kilometers and over sixteen days of continuous pedaling with all the hardships that go along with it, it would indeed have been a remarkable achievement for anyone. For the Lehtos it was even more than that. It was proof that dreams indeed can be made reality. Seems incomplete without an explanation. Why is it proof that dreams can be made reality only for the Lehtos and not for other people who might undertake such a remarkable achievement?

The Lehto journey road took place many months ago. And as memories of the hardships of the journey away, new plans were born. Many would have been completed such as trek for the sun an igniting spark for a fashion venture.

Christoffer discusses the emerged. [Note: a better tread needed here. You can keep or write another transition.] one of my colleagues about this visioned, she took no side and would be irresponsible to mention something as challenging as only reasonable thing one can do about the unreasonable. On we had no idea whether or not we were able to ride for days we just went forth and tried it as to explain, "It is a great not even try than to make the if it ends in failure."

The couple's upcoming journey promises to be a real adventure as it is to ride their bikes north to south. This would mean they would double their first trip, but also that they have to ride in unfamiliar surroundings. The mountain difficulties even for seasoned two admit that it will not be especially as the intended place during the summer means Kaisa and Christoffer's scorching heat waves that Europe during the months August. "It is one thing to cycle, it is another to be in the to do the same when the temperature above 30 degrees outside."

Another adversity they are facing is the strong head wind southwards in July makes it difficult, he says, but concludes way is an unfeasible obstacle has to learn how to pace oneself.

Christoffer agrees that the success will lie in pacing. Spreading out a map of Europe, kitchen table, he gives a short of their intended route. From the early '90s and depicts battles of World War II as brother kin. "How much did he?" he asks, with no apparent voice. How different indeed.

With a pen in hand, he sketches movements the course the

Trelleborg and Rügen traffic as relations con

YSTAD Thursday (FAS) – City officials announce the end of the long-running dispute between the coastal towns of Trelleborg, located on the southwest tip of Sweden, and Rügen, Germany's largest island. [Note: Sassnitz is a town in Rügen and Rügen is the island itself, not the capital] News of this has been met with great enthusiasm among all those involved, and stock markets in both countries reacted quickly, doing with positive results across the board, as reported by the Wall Street Journal.

"We feel that it is time to put the past behind us and look towards a future of co-existence, with the elimination of separate interest," declares the head of the committee responsible for drafting the agreement according to our specialists in foreign affairs, there have been signs that our generation indeed might see an agreement such as this, but no one expected it to come into existence as effortlessly and quickly as it did.

studied the proposed agreement. She points out that we have a moment in history when there is a sense to focus on the common amongst parties.

One of the clearest visible agreement will have in the ferry traffic between the two. Many see this as a real victory, travel flourishes on both sides.

There are a lot of tales of ferries sailing between the two ports. Those living in Rügen really make use of this opportunity. chase affordable Swedish fast food. Many see this as a real victory, big secret that the real winners are those living in either Trelleborg or Rügen.

spectacular white cliffs that the Baltic Sea is a paradise for their summer vacations. Dalmatian of the North, Rügen hosts friendly beaches as well as lo

Sanomalehden typografiaa.



min datter
Kristian Helen & min bror
Kristoffer Åberg

Equipe Industries Maiton

Course cycliste Avant 1, 3 juillet -
La Fabrique d'Art, Borg, Finlande
photographie de Kristoffer Åberg,

2.10.3 Location hunting

Suurin työ kuvausten valmistelussa oli löytää sopiva ympäristö, joka olisi visualisesti tarpeeksi mielenkiintoinen mutta joka ei sisältäisi mitään anakronistisia elementtejä. Etsittyäni aikani päädyin Porvoossa sijaisevan Gammelbackan kevyen liikenteen alikulkutunneliin, jonka aaltopeltiset seinämät koekuvausten perusteella näyttäisivät hyvältä.

Saadessani kuvat en kuitenkaan ollut täysin tyytyväinen kuvan sommitteluun, mutta sitäkin enemmän minua häiritsi ympäristön monotonisuus. Kuva ei kerta kaikkiaan toiminut. Näin ollen sain palata paikan etsimisessä lähtöruutuun. Kierreltyäni kaupunkia etsien vaihtoehtoista kuvauspaikkaa ja tarkastellen niitä eri vuorokauden aikoina saadakseni käsityksen siitä, koska valo olisi kuvauksiemme kannalta suotuisin, päädyin Porvoon Taidetehtaaseen kello 16 iltapäivällä. Tällöin saisimme kuvan kauniit pitkät varjot viittauksena pitkäkestoiseen suoritukseen.

Kuvauksiin palkkasin myös torilla tapaamani nuoren miehen, joka kyyditsi Kristoffer Åbergia skootterillaan niin, että Åberg istui skootterin kyydissä takaperin kuvaten meitä. Tällä tavalla saimme aikaiseksi kuvassa näkyvän liike-epäterävyyden taustalla olevassa seinässä samalla kun me olimme tarkkoja. Hyväksi onneksemme Porvoossa järjestettiin juuri kuvauspäivänä Avanti!-konsertti Taidetehtaalla, mikä merkitsi kaiken autoliikenteen sulkemista kadulla jonka äärellä kuvasimme. Tämä helpotti suuresti tehtäväämme, sillä nyt meidän ei tarvinnut yrittää ottaa kuvaa ohiajavien autojen välissä.

Kuvaukset Taidetehtaalla kestivät noin tunnin. Otimme noin sata ruutua, joissa oli useampi käyttökelpoinen, mutta lopulta yksi nousi ylitse muiden intensiivisen tunnelman ja kokonaissommitelman ansiosta. Kuvassa oli mielestäni kaikki kohdallaan.

2.10.4 Kuvankäsittely

Saatuani raakakuvatiedostot kävin siis läpi ruudut, joista valitsin haluamani, ja käänsin sen mustavalkoiseksi. Lisäsin kuvaan kontrastia, vinjetoin sitä jonkin verran ja tummensin etualan asfalttia. Lisäksi lisäsin kuvaan Kodakin Tri-X -filmiraetta korostaakseni vanhan kuvan tuntua. Lisäsin kuvaan myös negakehyksen, joka osoitti, että koko ruutu oli valotettu. Ainoa asia, jonka kuvakäsittelyn keinoin poistin, oli taustalla olleen S-marketin logo.

2.10.5 Kalligrafia

Rakkauteni vanhoihin valokuviin ei liity pelkästään itse valokuviin, vaan vähintään yhtä viehättynyt olen ollut kuviin tai niiden taustaan tehtyihin satunaisiin merkintöihin. Näin ollen halusin ehdottomasti

omaankin kuvaamme tekstin, joka kertoisi missä kuva oli otettu, kuka sen oli ottanut ja mitä tapahtumaa oli kuvattu.

Koska oma käsialani ei tyyllisesti miellyttänyt minua, pyysin silloista kollegaani graafikko Paula Jääskeläistä tekstaamaan haluamani sisällön tussiterällä ja musteella. Lopulliseen julisteeseen päätyi teksti, joka kertoo kuvitteellisista Taidetehtaan pyöräajoista.

2.10.6 Painatus

Sanomalehden painatus tapahtui ESS-painossa Lahdessa. Olin itse paikalla valvomassa työntekoa varmistaakseni tarpeeksi vahvan mustan saavuttamisen. Painokone sylki nopeassa tahdissa lehteä lehden perään, ja noin neljä kertaa sain pyytää tummentamaan jälkeä ennen kuin olin tulokseen tyytyväinen. Olin myös etukäteen varoittanut painajia siitä, että olin käsitellyt typografiaa eikä jälki ollut aivan tasaista ja tarkkaa. Kokemukseni oli nimittäin, että nykylaatuun tottuneet painajat saattoivat hätäntyä, jos jälki poikkesi odotetusta. Näin kävi yhtä aiempaa kirjaa painaessamme, jolloin saimme hälytyksen saapua painoon ongelmien vuoksi.

Kun annoin hyväksyntäni painojäljestä, laitettiin kone täysille, eikä kulunut kuin puoli tuntia saapumisestani kun jo lastailin kahtatuhatta sanomalehtijulistetta autooni.

Olin itse varsin tyytyväinen julisteeseen, mutta todellinen onnistumisen kokemuksen koin kun muutama arvostamani pyöräliike nosti sen omalle seinälleen. Myös eri sarjakuvatapahtumissa olen kohdannut monia asiakkaita, jotka ovat kertoneet, että julisteemme komeilee heidän kotinsa seinällä.

2.11 Lehistökuvat

Aikaisempien julkaisujemme yhteydessä olimme oppineet, miten tärkeää median edustajille oli hyvän kuva-aineiston helppo saatavuus. Näin ollen otimme kaksi erilaista sarjaa kuvia, joita lehistö ja muu media saattoivat rajoituksetta käyttää kertoessaan projektistamme. Ensimmäinen sarja oli henkilökuvia Kaisa Lekasta ja minusta, toinen sarja esitteli tuoteperheen eri osia.

Henkilökuvaukseen palkkasimme joogakorttien kanssa erinomaisesti työtä tehneen Antti Ahtiluodon, jolla tässä vaiheessa oli hyvä käsitys siitä, millaista kuva-aineistoa kaipasimme. Tein Ahtiluodolle alustavat luonnokset kuvista ja esitin hänelle toiveet korkeakontrastisista mustavalkokuvista, jotka kuvattaisiin valkoista studiotaustaa vastaan. Jotkut kuvista olisivat luonteeltaan staattisia, mutta toisissa hakisimme pyöräkilpailujen dynaamisuutta ja vauhdin tuntua.

Kuvissa esiintyisi Kaisa Leka ja minä, niin että osassa kuvista olisim-



Lehdistökuvia.

me kummatkin, toiset olisivat kuvia meistä yksilöinä. Vaatetuksen puolesta noudatimme samaa kaavaa kuin Voix Du Cyclisme -sanomalehden kuvassa. Muun rekvisiittana roolia toimitti kirjan kannessa esiintynyttä Sport-polkupyörää, jonka olimme nostaneet sisäharjoituksissa käytettävälle pukille, jotta se pysyisi tasapainossa.

Ahtiluoto hoiti kuvaukset ammattimaisella otteella, ja olimme Kaisa Lekan kanssa lopputulokseen erittäin tyytyväisiä. Minulle jäi kuvankäsittelyssä vain pienoinen rooli – hankkia kuvapankista negakehys ja liittää se kuviin. Negakehyksellä pyrin luomaan katsojalle kokemuksen siitä, että kuvat olisi todella kuvattu filmille ja vedostettu valokuvapaperille.

Tuotekuvat kuvasin itse talomme puutarhassa aurinkoisena päivänä ison vaahteran alla, jonka avulla sain aikaiseksi hienoja sattumanvaraisia varjoja. Rekvisiittana näissä kuvissa käytin omista kokoelmistani löytäneitä vanhoja maantiedon karttoja.

Iloksemme moni lehti ja blogi tarttuikin kuviimme suurella innolla, ja saimme odottamaamme enemmän näkyvyyttä niiden avulla. Käytimme Ahtiluodon sarjasta myös yhtä yhteiskuvaa omassa pressipaketissamme omana esittelykuvanamme.

2.12 Markkinointikampanja

Kun resurssit ovat rajalliset on käytettävä hyväkseen luovuutta näkyvyyden saamiseksi. Tämä oli jo pakon sanelemanakin kampanjamme lähtökohta. Ja samalla koko projektimme eri osat oli osin suunniteltukin tätä päämäärää silmällä pitäen. Olimme aikaisempien julkaisujemme yhteydessä huomanneet, että pelkän kirjan lähettäminen median edustajille ei välttämättä vielä herätä toimituksissa uutiskynnyksen ylittävää kiinnostusta.

Tour d'Europen kanssa päätimme kokeilla erilaista lähestymistä. Menetelmämme perustui tarinankerrontaan ja jännityksen luomiseen. Lähestyimme eri median edustajia viidellä kirjeellä, jossa hienovaraisesti viitattiin tulevaan ja nostatettiin odotuksia. Lähetimme kirjeitämme toimituksille kahden työpäivän välein. Myös kirjeidemme ulkoasu oli tarkkaan suunniteltu ja perustui vahvasti ruskean voimapaperin ja vahvan punaisella musteella ja siveltimellä tehtyyn osoitteiden tekstaukseen. Myös postimerkit valittiin tarkkaan kokonaistyyliin sopiviksi. Meidän onneksemme Posti oli juuri tuohon aikaan julkaissut niin kutsut maalaisromantiikka-merkkinsä jotka soveltuivat oivallisesti tarkoitukseemme.

Postimerkkien lisäksi personoimme kirjojen pakkaukset kolmella leimalla, joista kahdessa koreilivat alussa mainitut pyöräilijähahmot ja kolmannessa kirjan logo ääriiviivaversiona. Leimasimet teetätin EP-merkki-nimisessä yrityksessä ja väriksi valitsin perinteisen lilan. Leimat toivat selvää lisäarvoa pakkauksille aikana, jolloin suurin osa paperipostista koostuu lähinnä laskuista ja mainosmateriaalista. Pakettien hen-

kilökohtaisuutta lisäsi käsin tekstatut nimi- ja osoitetiedot. Viimeistelin siis muusta postista selvästi erottuvan paketin vahvalla punaisella pulotussilla ja siveltimellä. Tätä pakettia kukaan ei voisi erehtyä pitämään minkään virallisen tahon lähettämänä.

2.12.1 Kirjeiden sisällöt

Ensimmäinen kirjeistä sisälsi yhden Antti Ahtiluodon ottaman kuvan meistä tulostettuna Ilfordin baryyttipaperille ja asetettuna kalliolaisesta antiikkiliikkeestä löytämiini paperisiin valokuvakehyksiin, joissa kuvaa suojaasi kaunis kuvioitu kuultopaperi. Mukana olleessa kirjeessä esitimme itsemme ja kerroimme, mitä tulevien päivien aikana oli odotettavissa.

Toinen kirjeistämme sisälsi Le Prologue -sarjakuvavihkon ja kirjeen, jossa kerroimme, että pieni vihkonen on itsenäinen teoksensa mutta samalla tärkeä johdanto kirjaan. Kirjeessä kerroimme, kuinka Le Prologuessa koetun seikkailun päätteeksi luottamuksemme isoon matkaan kasvoi ja vahvistui.

Kolmas kirjeistämme muistutti lukijaa siitä, miten tärkeää pitkän matkan pyöräilijälle on venyttely. Kirjeen mukana tuli luonnollisestikin pyöräilyjoogakorttisarjamme, ja lukijaa muistutettiin siitä, miten olennainen ominaisuus sopeutuvaisuus on pitkänmatkanpyöräilijälle.

Kirjeistä neljäs sisälsi Voix Du Cyclisme -sanomalehden, joka jo itsessään antaa tekstin välityksellä pieniä viitteitä kirjan sisällöstä. Lehden huomiota herättävä keskiaukeamakuva muistuttaa katsojaa tarinan todellisuuspohjasta.

Viides ja samalla viimeinen kirjeistä oli jo oikeastaan jo paketti. Sen ruskealla luonnonnarulla vahvistetun voimapaperikuoren sisältä löytyi magnum opuksemme, Tour d'Europe -kirja saatekirjeineen.

2.13 Verkkosivut / Facebook

Verkkoläsnäolon keskitimme Facebookiin. Kirjan varsinaisen verkkosivun roolia toimitti yksinkertainen jpg-kuva, jossa promokuvan ohella oli vain lyhyt opastava teksti, miten kirjan voi itselleen tilata.

Facebookissa sitä vastoin olimme huomattavasti vahvemmin esillä. Erityisen hauskaa oli se, miten lukijamme lähettivät kuvia itsestään kirjan kanssa. Jotkut jopa tekivät meille pieniä kuvasarjoja kirjan saapumisesta tai siitä miten kirjaamme luettiin koko perheen voimin.

Facebook toimi meille hyvänä alustana kahdesta syystä: ensinnäkin suuri osa lukijoistamme olivat aktiivisia Facebookissa, toisekseen Facebookin helppo päivitettävyyden edesauttoi meitä olemaan aktiivisia kertomaan kirjan kuulumisista.



Kirjan Facebook-sivu.



Ilahduttavaa oli, miten moni löysi ja tilasi kirjan meiltä löydettyään joko kirjamme Facebook-sivun tai kirjan varsinaisen verkkosivun. Tästä saamme kiittää ennen kaikkea sinnikästä lukijakuntaa, joka todella halusi kirjan itselleen, puutteellisesta verkkomarkkinoinnistamme huolimatta. Siirtyminen printtimediasta verkkoon on ollut meille hiukan vaikeaa.

Kaiken kaikkiaan meidän on siis myönnettävä, että juuri verkkoläsnäolo on ollut meille varsinainen kompastuskivi. Isoa projektia seuraava väsymys osui pahiten juuri tähän tärkeään osa-alueeseen, ja olemme Tour d'Europea seuranneissa projekteissa pyrkineet huomioimaan tämän paremmin aikatauluja suunnitellessa. Jo Expedition No.3 kohdalla olimme ottaneet opista vaarin, ja tällä kirjalla oli varsin toimivat verkkosivut, joskin melko yksinkertaiset. Expedition No.3:n verkkosivut mahdollistivat kirjan tilaamisen huomattavasti helpommin, mikä näkyi suoraan tilattujen kirjojen määrässä.

Verkkosivut ovat kuitenkin yhä yksi alue jossa meillä on paljon kehitettävää..

2.14 Vastaanotto

Kirjan julkaisujuhlat järjestettiin kesällä 2010 sarjakuviin erikoistuneessa Pitkämies-liikkeessä, ja paikalla oli paljon väkeä niin sarjakuva- kuin pyöräilypiireistä. Myös lehdistön edustajia oli paikalla: edustettuina olivat ainakin Helsingin Sanomat ja Fillari-lehti. Kirjan julkaisun ohella järjestimme pienimuotoisen näyttelyn ja kilpailun, jossa pääpalkinto itseoikeutetusti oli juuri ilmestynyt teos.

Lehdistökampanjamme oli kaikilla mittareilla mitattuna menestys. Lähettämämme viisi kirjettä tippuivat unelioiden kesätoimituksien postilaatikoihin ja herättivät paljon ihastusta. Näkyvyys, jota lehtien ja blogien sivuilla saimme, oli poikkeuksellisen suurta sarjakuvalle yleensäkin vaihtoehtosarjakuvasta puhumattakaan. Tämä näkyvyys mediassa oli suoraan näkyvissä myytyjen ja tilattujen kirjojen määrässä.

Osittain kirjan suhteellinen menestys selittyy kirjan vahvalla tarinalla: se on luonteeltaan helposti avautuva ja tarpeeksi yleismaailmallinen jopa suurelle yleisölle. Mutta toisaalta on hyväksyttävä se tosiasia, että vasta kun kirjan olemassaolo tiedostetaan, sillä on mahdollisuuksia menestyä kaupallisesti. Vaihtoehtoisen kulttuurin piirissä vierastetaan helposti niin kutsuttua naistenlehtijulkisuutta. Itse pidän tuollaista ajattelutapaa osin elitistisenä, osin ymmärtämättömyytenä siitä, miten valtamedianäkyvyys voi hyödyttää pienkustantajaa.

Ehkä parhain kehu omaehtoiselle kampanjallemme tuli yllättäen Image-lehden suunnalta, jonka arviossa todettiin: ”Näin utterat markkinointiponnistelut kelpaisivat varmasti Sofi Okasellekin.” Tämän luetuani myönnän viettäneen loppupäivän hymyssä suin.

Markkinointiponnistelumme tuottivat tuloksia myös ulkomailla, hienoisimpana suositun Embrocation-blogin Jeremy Dunnin ylistävä luonnehdinta projektistamme: ”Now here’s my pitch. If you do one thing with \$30 this year. Please, please let it be buying this book. This publication is the best thing that I have seen in a long time.

I know, you hear me say shit like this all the time. But in this case you will not be disappointed. Unless you’re disappointed by creative, interesting takes on adventurous, curious, road trip cycling. Cycle touring if you will. If those things disappoint you... I don’t really know what to say to you. [...]

Thanks you two for making something. And thanks for making it great!”

Toinen suuri ilonaihe oli se, että Tour d’Europe valittiin Vuoden kauneimpien kirjojen kokoelmaan keväällä 2011.

Tärkeintä oli kuitenkin se, miten lukijat ottivat kirjamme vastaan. Suureksi ilokseni Tour d’Europe löysi nopeasti lukijoita kolmesta toisistaan varsin erilaisesta ryhmästä: sarjakuvadiggareista, joogeista ja pyöräilijöistä. Se, että he kaikki ottivat kirjan omakseen, pidän suurena kunnianosoituksena meille tekijöille. Liian usein Tour d’Europen kaltaiset julkaisut ja omakustanteet jäävät turhan pienen piirin fanituksen kohteeksi pelkästään siitä syystä, ettei niiden olemassaoloa tiedosteta. Mutta Tour d’Europen tapauksessa uskon, että vähintään yhtä suuressa roolissa kirjan menestyksessä oli ulkoasun ja tarinan sisällön kokonaissumma.

Pienoinen yllätys meille tekijöille oli se, miten suosittu kirja oli lasten keskuudessa. Saimme kuulla monelta vanhemmalta, miten he lukivat kirjaa lapsilleen iltasaduksi. Päättyipä jonku kirja myös värityskirjaksi.

2.15 Oma arviointi

Suhtautumiseni valmiiseen työhön on poikkeuksetta ambivalentti: osa minusta ei siedä nähdä tuotetta, osa pitää sitä maailman kauneimpana lapsena. Nämä kaksi täysin erilaista katsontakantaa voivat vaihdella muutaman minuutin välein. Negatiivinen puoli minussa ei kykene näkemään muuta kuin teoksen virheet (jotka erikoista kyllä näkyvät selvemmin kuin koskaan vasta painetussa tuotteessa). Positiivinen ja samalla ammattimainen minäni kykenee tietoisesti tekemään pesäeron tunteisiin ja katsomaan painotuotetta hieman objektiivisemmin nähdessä sen hyvät puolet mutta myös heikkoudet suhteessa kokonaisuuteen.

Kokemuksesta olen oppinut, että valmiiseen työhön vääjäämättömästi jäävät puutteet ovat usein joko täysin tai melko merkityksettömiä lukijan kannalta. Se, puuttuuko esimerkiksi Tour d’Europen 476-sivun kokonaissuudesta yhdestä kuvasta peräkkäryn laukku, ei häirinne ketään muuta kuin kirjan kahta tekijää. (Ainakin yhdestä kärrystä puuttuu todellakin kirjassa laukku, koeta etsiä se.)

Tietty tyytymättömyys valmiiseen teokseen ei välttämättä ole pahaksi. Parhaimmillaan tämä tunne ajaa tekijää ylittämään itsensä seuraavassa teoksessa. Horisontissa siintää jo uusi huippu. Tosin on tiedostettava, että pitkän projektin valmistuttua tekijän valtaa usein tyhjyyden tunne: tässäkö tämä kaikki nyt olikin? Vuorikiipeilijä Carina Räihän sanoin: ”Olen yhtä kokemusta rikkaampi mutta unelmaa köyhempi.” Ajatusten maailmassa teos on nimittäin täydellinen, mutta ottaessaan muotonsa meidän fysikaalisessa todellisuudessamme se muuttuu epätäydelliseksi. Joskus värit eivät loista niin kuin oli ajateltu, joskus tekstistä paljastuu kirjoitusvirheitä, joskus paino on tehnyt virheen sidonnassa. Mahdollisuudet epäonnistua ovat lukemattomat, onnistumisen mahdollisuudet määrältään huomattavasti pienemmät.

Erityisen haasteellinen tämä tunne on omakustantajalle, joka pitkän työrupeaman jälkeen joutuu astumaan toisiin saappaisiin markkinoidakseen teostaan. Tällaisessa tilanteessa työparista on suunnaton hyöty: kun toinen on heikoilla, toinen kantaa eteenpäin. Ja päinvastoin. On huomattavan harvinaista, että kumpikin osapuoli vaipuisi samanaikaiseen epätoivoon.

Tour d’Europen kohdalla hyödynsin jo aiemmissa projekteissa oppimaani, erityisesti mitä tulee tuotteen personointiin ja elämyksen luomiseen lukijalle ja tilaajalle. Tämä on se osa-alue, missä pien- ja omakustantaja on vahvoilla verrattuna isoihin pelureihin. Kyky tuottaa yksilöllisiä ja yllättäviä ratkaisuja herättää poikkeuksetta positiivisia reaktioita ihmisissä. Tunne siitä, että he saavat olla osana jotain hienoa ja jotain sellaista missä tekijä itsekkin on vahvasti mukana, on pienten toimijoiden yksityisomaisuutta. Vaikka isommat kustantajat jäljittelisivät muotoa, eivät he kykene sisällön toistamisessa.

Kun monta vuotta Tour d’Europe -projektin valmistumisen jälkeen katson taaksepäin, voin rehellisesti sanoa olevani lopputulokseen tyytyväinen. Tekisinkö nyt jotain toisin? Varmasti. Mutta sitä varten ovat uudet kirjat olemassa. Kirjat, jotka toistaiseksi elävät ainoastaan mielikuvituksissamme (ja pieninä kuulakärkikynällä kirjoitettuna lappusina). Tunteitani parhaiten kuvaa mielestäni ankkataiteilija Carl Barksin teos ”Always another rainbow”, jossa Roope-setä kultasäkki kädessä katsoo haikeana kohti näkymätöntä horisonttia: siellä jossain se on, seuraava kirja.

Ja mikä yllättävintä, tunnen yhä samaa intoa pakatessani tilattua kirjaa kuin pakatessani ensimmäistä kirjaa. Me saatoimme maailmaan teoksen, josta voin olla ylpeä. Se ei ole aivan vähän.

Lähteet

Lähteet, kirjalliset

- Blush, Steven. 2001. American hardcore – a tribal history. Feral House.
- Hellmark, Christer. 1997. Bokstaven, ordet, texten – handbok i grafisk formgivning. Ordfront.
- Hvidtfeldt, Flemming. 2007. Best of Scandinavian News Design. SNDS.
- Johansson, Lundberg, Ryberg. 1998 Grafisk kokbok – grunden till grafisk produktion, Bokförlaget Arena.
- Ludovico, Alessandro. 2012. Post digital print – the mutation of publishing since 1894. Onomatopée 77.
- Lupton, Ellen. 2008. Indie Publishing – how to design and publish your own book. Princeton Architectural Press.
- Oakes, Kaya. 2009. Slanted and enchanted – the evolution of indie culture. Holt Paperbacks.
- O'Hara, Craig. 1999. The Philosophy of Punk – more than noise. AK Press.
- Piepmeyer, Alison. 2009. Girl Zines – making media, doing feminism. New York University Press.
- Rowe, Chip. 1997. The book of zines – readings from the fringe. Owl Books.
- Sann, Reija (editor). 2012. Finnish Comic Annual 2012.
- Spencer, Amy. 2008. DIY – The rise of lo-fi culture. Marion Boyars Publishers.
- Tufte, Edward. 2002, 2nd edition. The Visual Display of Quantitative Information. Graphics Press.

Lähteet, lehdet

- Enqvist, Jan. 2012. Mobilisti 8/2012, 5.
- Kylänpää, Riitta. 2013. Suomen Kuvalehti 4/2013, 60–61.
- Räihä, Carina. 2010. Suomen Kuvalehti 31/2010, 50–55.

Lähteet, televisio

- Attie, Eli. 2007. House M.D. "Games".
- Fey, Tina. 2009. 30 Rock "Fun Cooker".

Lähteet, internet

- Kikic, Dana. 2011. <http://www.exberliner.com/articles/five-questions-for...-etsy/>

Tekijä Christoffer Leka

Työn nimi Tahroja paperilla – pienpainatteiden kustantaminen sähköisen viestinnän valtakunnassa

Laitos Median laitos

Koulutusohjelma Graafisen suunnittelun koulutusohjelma

Vuosi 2014

Sivumäärä 64

Kieli Suomi

Tiivistelmä

Opinnäytetyössäni tutkin oma- ja pienkustantamista. Keskityn valtavirran ulkopuolisiin paperille painettuihin suomalaisiin sarjakuviin ja pohdin niiden erityisasemaa julkaisukentällä sekä niiden taloudellisia ja taiteellisia mahdollisuuksia.

Pyrin työssäni osoittamaan, että digitaalisen vallankumouksen jälkeinen maailma ei ole, toisin kuin usein kuulee väitettävän, tehnyt paperisista julkaisuista hyödyttömiä eikä niiden asema ole automaattisesti heikentynyt. Vaikka jotkut paperille painetut julkaisut näyttävät käyvän kuolonkamppailua, se ei mielestäni päde kaikkiin paperisiin julkaisuihin.

Käsittelen opinnäytteeni kirjallisessa osuudessa ensin paperille painettuja pien- ja omakustanteita yleisemmin. Toisessa osassa esittelen esimerkin itse toteuttamastani projektista, sarjakuvakirjasta Tour d'Europe, jossa ensimmäisessä luvussa käsitellyt teemat konkretisoituvat.

Avainsanat kirjasuunnittelu, sarjakuva, omakustantaminen, painotuote
